



Day Trading Attention : allouer le budget social media là où l'attention du consommateur se trouve aujourd'hui

Lien :

<https://innov-maroc.com/formation/day-trading-attention-allouer-le-budget-social-media-la-ou-lattention-du-consommateur-se-trouve-aujourd'hui>

 DURÉE
4 jours (28h)

 RÉFÉRENCE
MAR134

 CATÉGORIE
**Social Media, Influence
& Creator Economy**

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Comprendre les mécanismes de l'économie de l'attention et leur impact sur les stratégies Social Media
- ✓ Savoir identifier les plateformes et formats captant réellement l'attention des audiences cibles
- ✓ Construire une cartographie dynamique des comportements et usages des consommateurs
- ✓ Exploiter les données et signaux de marché pour détecter les déplacements de l'attention
- ✓ Maîtriser les principes d'allocation et de réallocation dynamique des budgets Social Media
- ✓ Optimiser les formats et créations publicitaires en fonction des performances d'attention et de conversion
- ✓ Mettre en place une démarche Test & Learn permettant d'identifier rapidement les nouveaux relais de croissance
- ✓ Piloter le ROI, le ROAS et la performance globale des investissements Social Media afin d'allouer le budget là où l'attention et la valeur business sont les plus fortes

🧑‍🤝‍🧑 POUR QUI ?

- ✓ Directeurs Marketing, Chief Marketing Officers et responsables stratégie digitale
- ✓ Responsables Social Media, Social Ads et acquisition digitale
- ✓ Media Planners, Media Buyers et responsables performance marketing
- ✓ Growth Managers et responsables Growth Marketing
- ✓ Brand Managers et responsables communication digitale
- ✓ Responsables e-commerce et acquisition client
- ✓ Agences média, agences digitales et consultants en stratégie Social Media
- ✓ Entrepreneurs, dirigeants et responsables marketing souhaitant optimiser leurs investissements publicitaires digitaux



Programme détaillé

1 / FONDAMENTAUX DU DAY TRADING DE L'ATTENTION

- Comprendre l'évolution de l'économie de l'attention et des comportements médias
- Identifier les enjeux du temps passé, de l'engagement et de la disponibilité cognitive des audiences
- Passer d'une logique de présence sur les réseaux sociaux à une logique d'allocation stratégique de l'attention

2 / CARTOGRAPHIE DE L'ATTENTION DES CONSOMMATEURS

- Identifier les plateformes, formats et environnements où les audiences sont réellement actives
- Analyser les usages par âge, profil, marché, secteur et moment de consommation
- Construire une cartographie dynamique des opportunités d'attention

3 / DATA ET SIGNALS POUR DÉTECTER OÙ SE TROUVE L'AUDIENCE

- Exploiter les données d'audience, d'engagement, de recherche et de consommation de contenu
- Identifier les signaux faibles indiquant un déplacement de l'attention vers de nouveaux canaux
- Mettre en place un système de monitoring permettant d'actualiser régulièrement les arbitrages média

4 / ALLOCATION DYNAMIQUE DU BUDGET SOCIAL MEDIA

- Répartir les investissements entre plateformes selon le potentiel réel d'attention et de conversion
- Définir des règles de réallocation rapide des budgets en fonction des performances
- Arbitrer entre acquisition, engagement, notoriété, retargeting et conversion

5 / PERFORMANCE DES FORMATS ET DES CRÉATIFS

- Comparer la performance des vidéos courtes, contenus statiques, stories, lives et formats interactifs
- Mesurer la capacité des créations à capter et retenir l'attention
- Optimiser les contenus selon le taux de visionnage, l'engagement et les signaux de conversion

6 / TEST & LEARN ET EXPÉRIMENTATION MEDIA

- Construire des tests A/B sur les plateformes, audiences, messages, formats et créations
- Définir des protocoles d'expérimentation rapides pour identifier les nouveaux relais de croissance
- Transformer les résultats des tests en décisions concrètes d'allocation budgétaire

7 / PILOTAGE DU ROI ET DU ROAS DE L'ATTENTION

- Relier les métriques d'attention aux indicateurs business et commerciaux
- Analyser le CPM, CPC, CPA, ROAS, taux de conversion et valeur client par canal
- Identifier les plateformes sous-évaluées offrant le meilleur rapport attention / coût / performance

8 / STRATÉGIE DAY TRADING ET RÉALLOCATION EN TEMPS RÉEL

- Mettre en place un système de pilotage permettant d'augmenter, réduire ou déplacer rapidement les investissements
- Construire un tableau de bord de suivi de l'attention, des performances et des opportunités émergentes
- Élaborer une stratégie Social Media agile capable de suivre les déplacements rapides de l'attention des consommateurs

Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

 01 au 04 Déc. 2026

 Présentiel -

 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

 **Téléphone** : +212 522 247 210

 **Email** : contact@innov-maroc.com

 **Web** : <https://www.innov-maroc.com>

Document généré le 24/10/2026 — Réf : MAR134
INNOV MAROC — Tous droits réservés