

Coaching

Social Media

Ads Manager




Gestionnaire de publicité

Qui peut l'utiliser ?

- ✓ Tout le monde
- ✓ <https://business.facebook.com/home/accounts>
- ✓ Conditions: utiliser le business manager, pour voir si vous y avez déjà accès par votre entreprise par exemple, une adresse: <https://business.facebook.com/overview>
- ✓ Créer ou avoir accès à un compte publicitaire

Gestionnaire de publicité

Pourquoi l'utiliser ?

- ✓ Outils professionnel gratuit développé par Facebook
 - ✓ Gestion professionnelle de vos publicités Facebook et Instagram au même endroit
 - ✓ Gestion en équipe et avec partenaires (accès à tous les gestionnaires du compte pub)
 - ✓ Outils sur desktop
 - ✓ App Facebook Business suite
- 

La publicité VS boost

Ceci n'est pas de la publicité, mais un boost de publication.

Non optimisé.

Audience

Qui devrait voir votre publicité ?

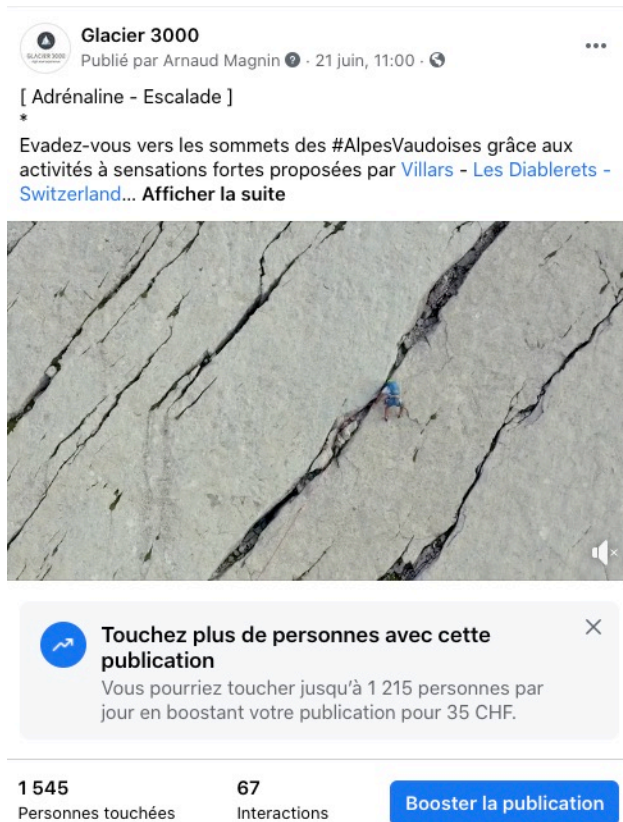
Personnes choisies par l'intermédiaire du ciblage

Détails de l'audience

Lieu - Résidence Suisse : Les Diablerets (village) (+10 mi) Vaud
Âge 18 - 65+


Personnes qui aiment votre Page

Personnes qui aiment votre Page et leurs amis



Glacier 3000
Publié par Arnaud Magnin · 21 juin, 11:00

[Adrénaline - Escalade]
*
Evadez-vous vers les sommets des #AlpesVaudoises grâce aux activités à sensations fortes proposées par Villars - Les Diablerets - Switzerland... [Afficher la suite](#)



Touchez plus de personnes avec cette publication
Vous pourriez toucher jusqu'à 1 215 personnes par jour en boostant votre publication pour 35 CHF.

1 545 Personnes touchées 67 Interactions [Booster la publication](#)

Gestionnaire de publicité

Des nouveautés ou particularités ?

Le gestionnaire de publicité permet de:

- Gérer les campagnes séparément du community management
- Publier la publicité comme une publication classique
- Choisir ses placements
- Faire des darks posts
- Choisir son audience
- Tracer les activités
- Remonter les résultats
- Maîtriser ses investissements
- Gérer son budget
- Cibler efficacement

5 étapes

Etape 1: Créer son compte publicitaire

- Données de facturation
- Moyen de paiement
- Pages FB et Compte IG liés
- Modérateurs (agences, personnes)

5 étapes

Etape 2: Paramétrer le tracking

- Installer votre pixel pour suivre les conversions sur votre site (ou site partenaire booking manager ou billetterie, etc...)
- Suivre la marche à suivre dans le gestionnaire d'événements
- Dans ce cadre, le gestionnaire d'événements n'a rien à voir avec l'événementiel et correspond à l'activité sur votre site (visite, achats, conversion, etc...)
- Pour un tracking pointu, envisager de faire appel à un spécialiste

5 étapes

Etape 3: Définir vos audiences

- Selon votre public cible et votre objectif actuel

<https://business.facebook.com/adsmanager/audiences>

Audiences personnalisées: Déjà montré un intérêt

Audiences similaire: look a like

Audience enregistrées: choix des critères

Audience spéciale: Pas disponible pour tout

Atteignez les personnes qui vous intéressent

Créez et enregistrez des audiences pour atteindre les personnes importantes pour votre entreprise. En savoir plus

Audiences personnalisées

Communiquez avec les personnes qui ont déjà montré un intérêt pour votre entreprise ou votre produit avec les audiences personnalisées. Vous pouvez créer une audience à partir de vos contacts clients, du trafic de votre site web ou de votre application mobile.

Créer une audience personnalisée

Audiences similaires

Atteignez de nouvelles personnes similaires aux audiences qui vous intéressent déjà. Vous pouvez créer une audience similaire en fonction des personnes qui aiment votre Page, des pixels de conversion ou d'une de vos audiences personnalisées existantes.

Créer une audience similaire

Audience enregistrée

Enregistrez les options de ciblage que vous utilisez couramment pour les retrouver plus facilement. Choisissez vos critères démographiques, centres d'intérêt et comportements, puis enregistrez-les pour les réutiliser dans de futures publicités.

Créer une audience enregistrée

Audience publicitaire spéciale

Touchez de nouvelles personnes qui ont un comportement en ligne similaire à celui de vos meilleurs clients. Disponible uniquement pour les publicités dans une Catégorie publicitaire spéciale.

Créer une audience publicitaire spéciale

5 étapes

Etape 3: Définir vos audiences

Audiences personnalisées: Déjà montré un intérêt (pixel facebook installé)

Audience enregistrées: choix des critères

1. Données démographiques
2. Centres d'intérêts
3. Par comportements
4. Par connexions
5. Vérification de la taille de l'échantillons

5 étapes

Etape 4: Mettre en place la campagne, selon 3 étapes

1. Campagne
2. Ensemble de Publicité
3. Publicité

#1 - Campagne: Objectifs

Créer une campagne



Choisissez un objectif de campagne

[En savoir plus](#)

Sensibilisation

- Notoriété de la marque
- Couverture

Considération

- Trafic
- Interactions
- Installations d'apps
- Vues de vidéos
- Génération de prospects
- Messages

Conversion

- Conversions
- Ventes catalogue
- Trafic en point de vente

1. Trafic pour avoir des visites sur le site > vente
2. Interactions > générer des inscriptions à un événements ou des réactions à une publication

Annuler

Continuer

#2 – Ensemble de publicités

1. Budget et Calendrier
2. Audience
3. Placement
4. Optimisation et diffusion

#3 – Publicité

1. Identité: Choix des comptes/pages
2. Configuration de la publicité format, texte, visuel, destination, lien, etc...)
3. Penser à optimiser pour tous les types de placement (y.c. stories)
4. Prévisualiser

5 étapes

Etape 5: Analyser

- **Optimiser**
- **Affiner, stopper**
- **Reproduire**
- **Etc...**

Indicateurs:

Si disponible, vente
Visites du site (aka Vue de page de destination)
Taux de répétition
Impression
Couverture
Achat
Valeur d'achat
Diffusion
Etc...

5 étapes

Résultats	Coût par résultat	Couverture	Impressions	Valeur de conversion des achats	Montant dépensé
6 521 [2] Vues de page de dest...	0,45 Fr. [2] Vue de page de desti...	116 231	443 870	7 100,60 Fr. [2]	2 927,82 Fr.
—	—	103 444	497 553	—	1 772,52 Fr.
833 [2] Vues de page de dest...	1,92 Fr. [2] Vues de page de dest...	28 855	143 074	2 200,00 Fr. [2]	1 600,00 Fr.
1 998 [2] Vues de page de dest...	0,80 Fr. [2] Vue de page de desti...	33 259	125 322	2 998,00 Fr. [2]	1 600,00 Fr.
1 572 [2] Vues de page de dest...	0,96 Fr. [2] Vue de page de desti...	28 522	182 994	2 170,00 Fr. [2]	1 505,15 Fr.
1 307 [2] Vues de page de dest...	0,97 Fr. [2] Vue de page de desti...	42 594	126 105	807,00 Fr. [2]	1 273,63 Fr.
437 [2] Vues de page de dest...	1,80 Fr. [2] Vues de page de dest...	18 411	77 445	—	784,75 Fr.
226 [2] Vues de page de dest...	2,60 Fr. [2] Vues de page de dest...	20 975	66 795	1 448,00 Fr. [2]	588,31 Fr.
323 Clics sur un lien	1,55 Fr. Clics sur un lien	34 569	101 132	189,00 Fr. [2]	500,00 Fr.
194 [2] Vues de page de dest...	0,76 Fr. [2] Vue de page de desti...	8 998	16 444	—	146,67 Fr.
—	—	263 240 Personnes	1 780 734 Total	— Total	12 698,85 Fr. Total dépensé

Questions & Réponses



Aller plus loin...

Formations:

- Atelier publicités [en ligne au SAWI](#) avec Arthur Galibert et Myriam Pichard:
- Coaching privé, Myriam Pichard
- Formation en ligne, Danilo Duschenes: <https://daniloduchesnes.com/>
- Podcasts et formations en ligne: Joseph Donyo, Neomedia: <https://neomedia.io/>

Et toujours:

Rester connectés et informés.

Tester par soi-même

Fouiller les forums, groupes, tutos, etc...

Rendez-vous sur linkedin

<https://www.linkedin.com/in/myriampichard/>