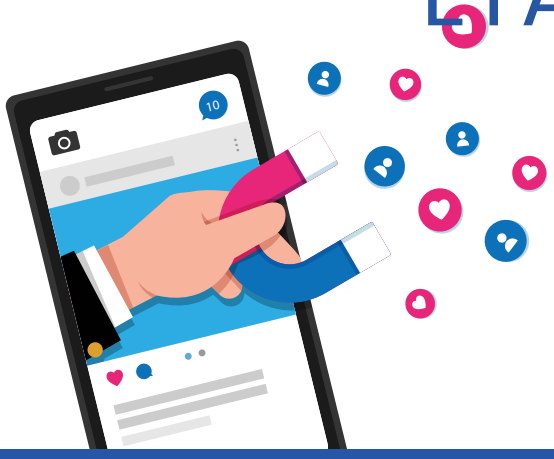


LE GUIDE POUR LANCER SA **PUBLICITÉ FACEBOOK** ÉTAPE PAR ÉTAPE



SOMMAIRE

I. Introduction à la publicité Facebook

- Pourquoi utiliser la publicité Facebook ?
- Les différents formats d'annonces Facebook
- Les objectifs publicitaires

II. La création d'une campagne publicitaire Facebook

- Le choix de l'objectif
- La définition du format publicitaire
- La création de l'audience
- La création d'un budget publicitaire

III. La gestion de la campagne publicitaire Facebook

- Comment suivre les performances de votre campagne publicitaire
- Comment optimiser votre campagne publicitaire
- Les éléments clés d'une annonce Facebook réussie
- Les bonnes pratiques pour la création d'une annonce Facebook

IV. Conclusion et recommandations



INTRODUCTION À LA **PUBLICITÉ FACEBOOK**

POURQUOI UTILISER LA PUBLICITÉ FACEBOOK ?

La publicité Facebook peut offrir de nombreux avantages pour les entreprises. Voici plus bas quelques raisons pour lesquelles vous pourriez envisager de faire de la publicité sur Facebook.

Grande portée : Facebook est l'une des plates-formes de médias sociaux les plus populaires au monde, avec plus de 2 milliards d'utilisateurs actifs mensuels. Cela signifie qu'en faisant de la publicité sur Facebook, vous pouvez toucher un public considérablement plus large que par d'autres canaux publicitaires.

Ciblage précis : Facebook offre une multitude d'options de ciblage pour vous aider à atteindre votre public idéal. Vous pouvez cibler des personnes en fonction de leur âge, de leur sexe, de leur emplacement, de leur langue, de leurs centres d'intérêt, de leurs comportements et plus encore. Ce niveau de ciblage précis vous permet de vous assurer que vos publicités sont vues par les personnes les plus susceptibles d'être intéressées par votre entreprise.

Coût abordable : En comparaison avec les publicités traditionnelles, Facebook Ads peut être une option plus abordable. Vous pouvez définir votre propre budget et payer uniquement pour les clics ou les impressions que vous recevez. Il existe également des options de publicité gratuites sur Facebook, telles que la création de publications organiques sur votre page Facebook.

Mesure des résultats : Facebook Ads offre des outils de suivi des performances pour vous aider à mesurer l'efficacité de vos publicités. Vous pouvez suivre le nombre de clics, d'impressions, de conversions et plus encore. Cela vous permet de voir exactement comment vos publicités fonctionnent et ce que vous pouvez faire pour les améliorer.

En fin de compte, la publicité Facebook peut offrir de nombreux avantages pour les entreprises, y compris une grande portée, un ciblage précis, un coût abordable et des outils de mesure des résultats. Si vous envisagez de faire de la publicité pour votre entreprise, Facebook Ads est une option à considérer.

LES DIFFÉRENTS FORMATS D'ANNONCES FACEBOOK

Il existe plusieurs types d'annonces Facebook que vous pouvez utiliser pour promouvoir votre entreprise :

Annonces avec image : Ces annonces sont composées d'une image et d'un texte court qui apparaissent dans le fil d'actualité des utilisateurs.

Annonces vidéo : Les annonces vidéo sont une option populaire pour les entreprises qui souhaitent raconter une histoire ou promouvoir un produit. Elles peuvent être placées dans le fil d'actualité des utilisateurs ou dans d'autres espaces publicitaires de Facebook.

Annonces carrousel : Les annonces carrousel permettent aux utilisateurs de faire défiler plusieurs images ou vidéos dans une seule annonce. Cela peut être utile pour les entreprises qui souhaitent montrer plusieurs produits ou services dans une seule annonce.

Annonces de collection : Les annonces de collection sont un type d'annonce carrousel qui permet aux utilisateurs de parcourir plusieurs produits dans une seule annonce et de les acheter directement sur Facebook.

Annonces de diaporama : Les annonces de diaporama sont une option économique pour les entreprises qui souhaitent créer une annonce vidéo mais qui n'ont pas les ressources pour produire une vidéo complète. Elles sont créées en utilisant plusieurs images et en les transformant en une vidéo.

LES OBJECTIFS PUBLICITAIRES

Facebook propose différents types d'objectifs publicitaires pour aider les entreprises à atteindre leurs objectifs de marketing. Voici quelques-uns des objectifs publicitaires les plus courants :

Trafic : L'objectif publicitaire Trafic vise à générer du trafic vers votre site web ou une page spécifique de votre site.

Conversions : L'objectif publicitaire Conversions vise à inciter les utilisateurs à effectuer une action spécifique sur votre site web, telle que l'achat d'un produit ou la soumission d'un formulaire de contact.

Vues de vidéos : L'objectif publicitaire Vues de vidéos vise à augmenter le nombre de vues de votre vidéo publicitaire.

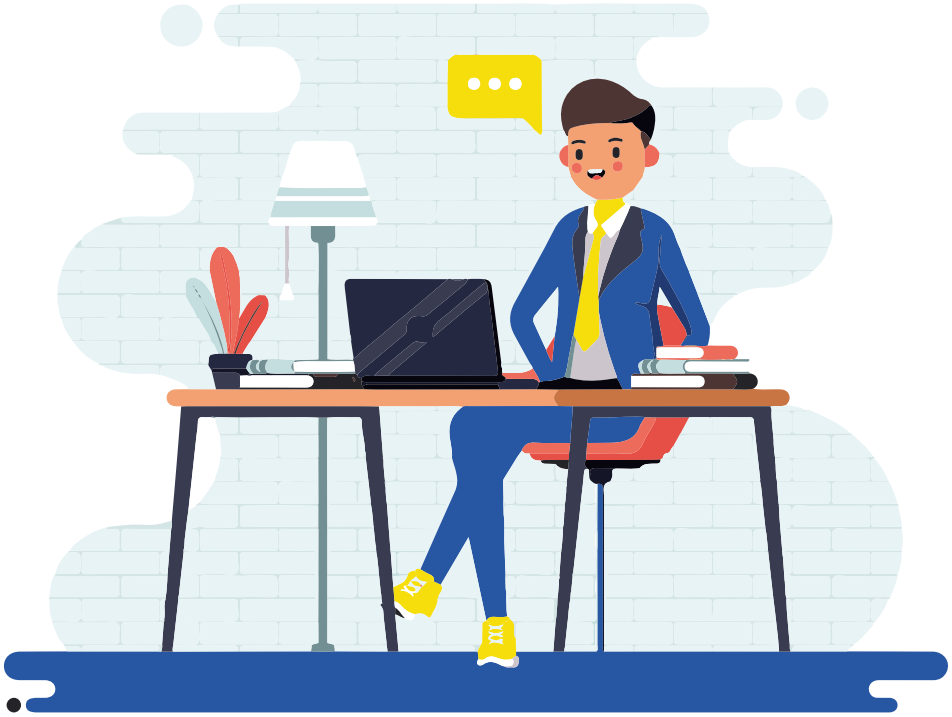
Installations d'application : L'objectif publicitaire Installations d'application vise à inciter les utilisateurs à télécharger votre application.

Engagement : L'objectif publicitaire Engagement vise à encourager les utilisateurs à interagir avec votre entreprise sur Facebook, en aimant, commentant ou partageant vos publications.

Portée : L'objectif publicitaire Portée vise à atteindre le plus grand nombre possible d'utilisateurs Facebook avec votre publicité.

Prospection : L'objectif publicitaire Prospection vise à trouver de nouveaux clients potentiels pour votre entreprise en utilisant des critères de ciblage spécifiques.

Chaque objectif publicitaire a ses propres avantages et inconvénients, il est donc important de choisir celui qui convient le mieux à votre entreprise et à vos objectifs de marketing.



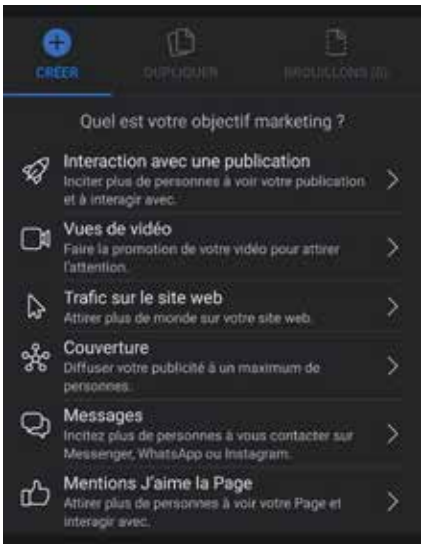
LA CRÉATION D'UNE CAMPAGNE **PUBLICITAIRE FACEBOOK**

Avant tout, il est essentiel de définir la publicité sur Facebook. Il s'agit d'un format d'annonce publicitaire dont les principaux critères de ciblage proposés aux annonceurs, correspondent aux informations transmises par les membres de Facebook. Le système de ciblage de Facebook permet aux annonceurs d'utiliser les informations renseignées par les membres (âge, sexe, centres d'intérêts, parcours scolaire, société etc.), et ainsi de s'adresser précisément à l'audience qui les intéresse.

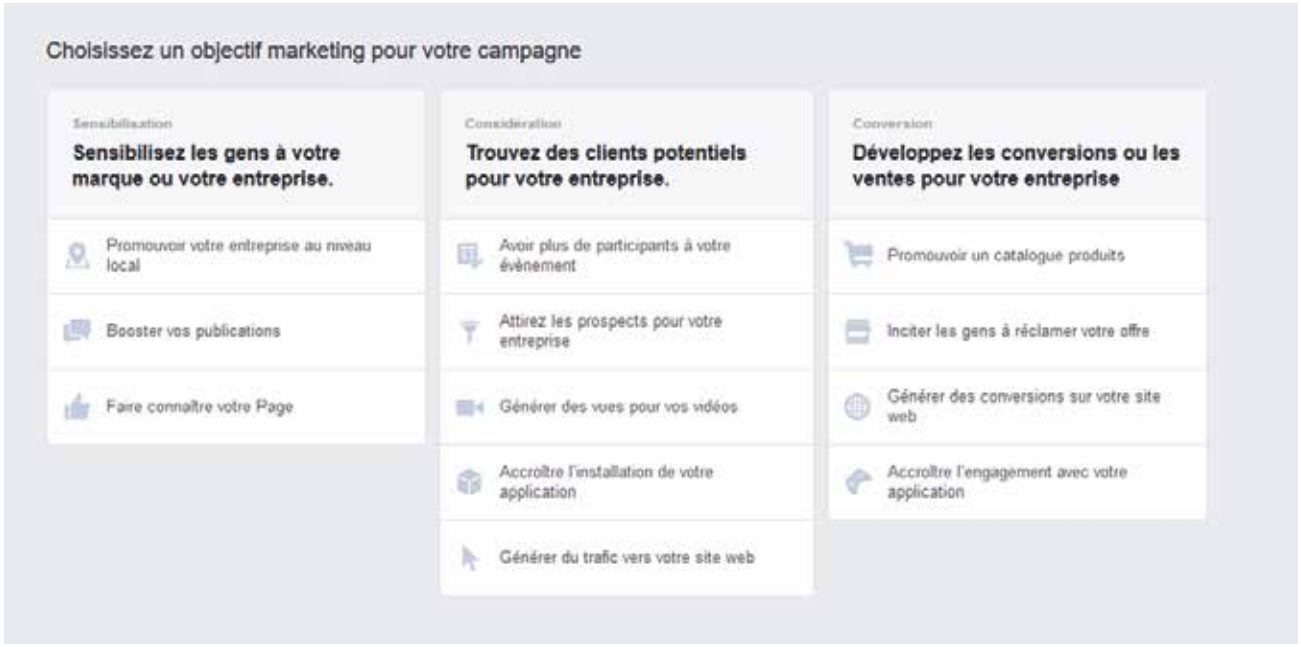
Les publicités Facebook ou Facebook Ads sont essentiellement commercialisées au clic pour lequel l'annonceur fixe un niveau d'enchère. Elles sont diffusées sur le fil d'actualités dans le but de gagner en visibilité auprès des membres, ou encore de générer des prospects potentiel

LE CHOIX DE L'OBJECTIF

Pour bien choisir l'objectif de votre campagne publicitaire sur Facebook, il est important de définir clairement vos objectifs marketing. Vous devez savoir si vous voulez augmenter la notoriété de votre marque, générer des conversions ou encourager les utilisateurs à interagir avec votre entreprise. Ensuite, vous devriez consulter les différents types d'objectifs de campagnes Facebook et choisir celui qui correspond le mieux à vos objectifs marketing. Il est également important de prendre en compte l'algorithme de Facebook, qui vous aidera à atteindre votre objectif en montrant votre annonce à la bonne audience. Enfin, vous pouvez utiliser des exemples et des astuces pour optimiser chaque objectif et obtenir des résultats encore meilleurs.



Interface mobile

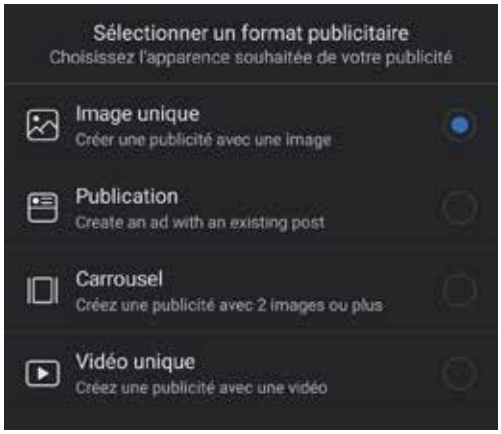


Interface pc

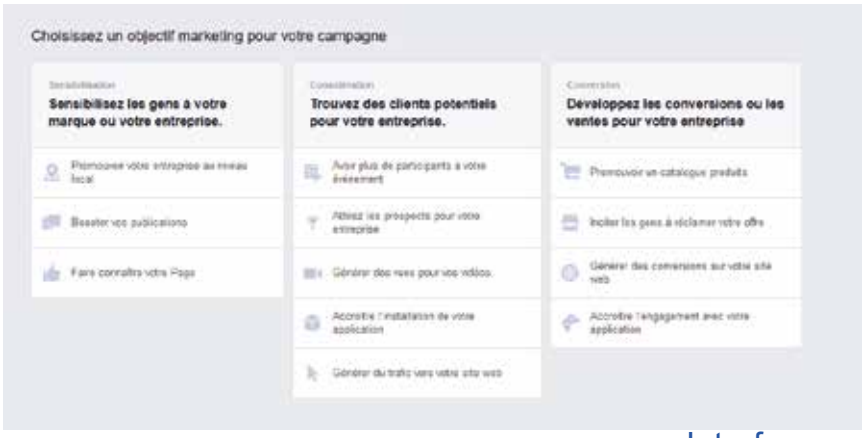
LA DÉFINITION DU FORMAT PUBLICITAIRE

La forme de votre annonce Facebook dépend de votre stratégie publicitaire et de votre objectif de campagne. Certains objectifs limitent les formats d'annonces que vous pouvez utiliser. Par exemple, l'objectif « vues de vidéos » ne vous permet de sélectionner que le format annonces vidéo.

A cette étape vous choisissez le format et la création de votre annonce, y compris les images, les vidéos, le texte du flux d'actualités, les URL, le texte du lien d'affichage et le bouton d'incitation à l'action (CTA).



Interface mobile



Interface pc

LA CRÉATION DE L'AUDIENCES

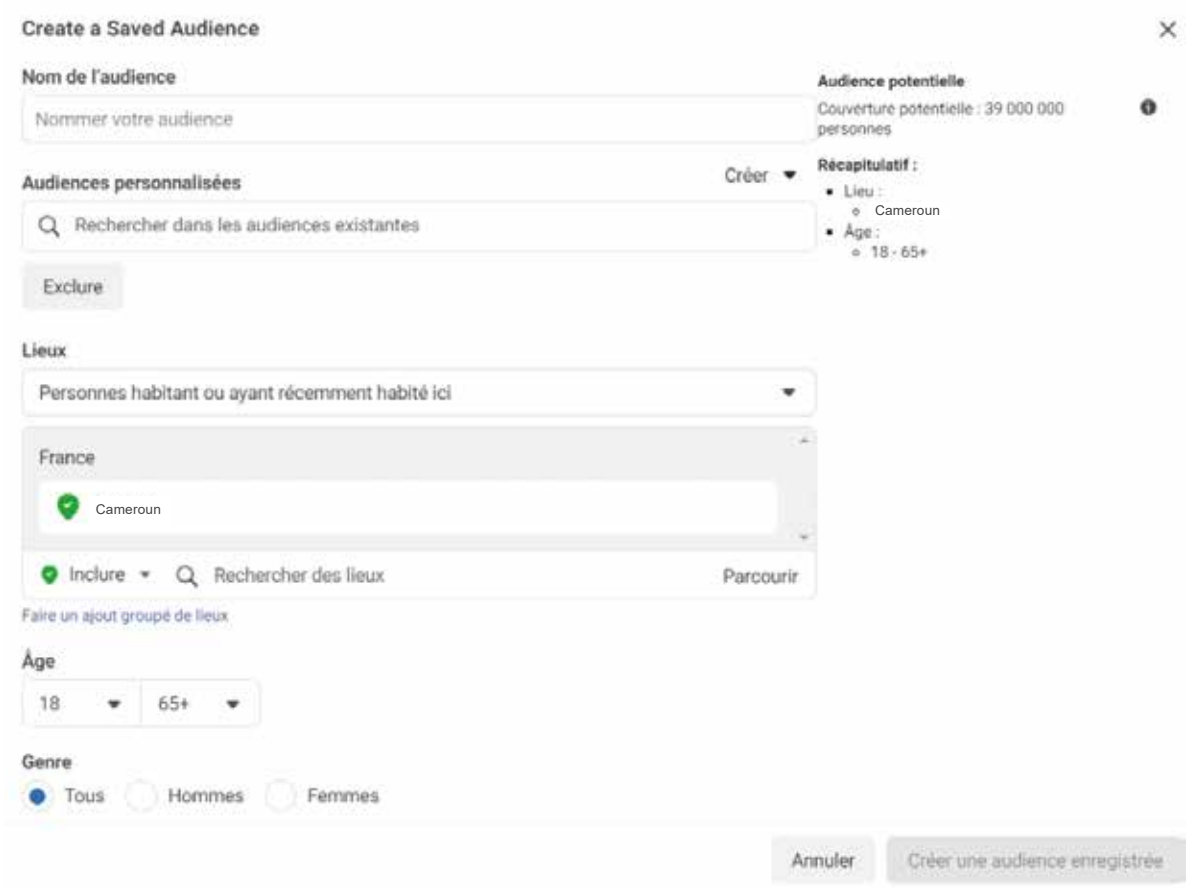
Lorsque vous créez une campagne Facebook Ads gardez bien à l'esprit qu'il s'agit de la clé d'une campagne réussie. En effet, le ciblage est l'un des éléments les plus importants de votre campagne, il peut améliorer ou bien faire chuter les performances de vos actions de promotion.
Le choix de l'audience est essentiel pour le succès de votre campagne Facebook Ads. Voici quelques étapes pour vous aider à bien choisir votre audience :

Comprendre votre public cible : Vous devez savoir qui sont vos clients potentiels, leurs intérêts, leurs comportements et leurs préférences. Cela vous aidera à créer une audience cible qui est la plus susceptible d'interagir avec votre publicité.

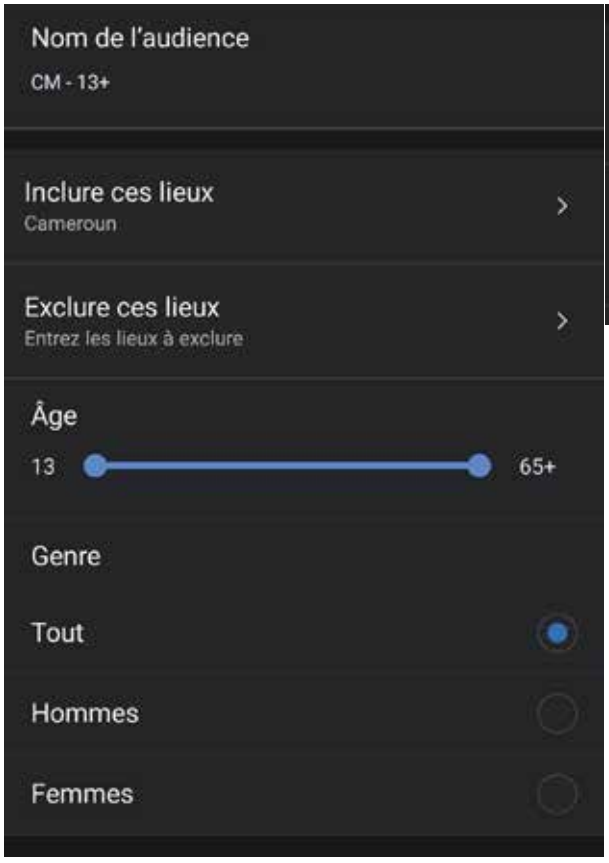
Utiliser les outils de ciblage de Facebook : Facebook offre des outils de ciblage avancés pour vous aider à atteindre votre public cible. Vous pouvez cibler en fonction de l'emplacement, de l'âge, du sexe, de l'éducation, des centres d'intérêt, des comportements et plus encore.

Utiliser les audiences personnalisées : Vous pouvez créer des audiences personnalisées en utilisant des données que vous avez déjà collectées, comme votre liste de clients ou de prospects. Cela vous permettra de cibler des personnes qui ont déjà montré de l'intérêt pour votre entreprise.

Tester et ajuster : Il est important de tester différentes audiences pour voir ce qui fonctionne le mieux pour votre entreprise. Vous pouvez ajuster votre ciblage en fonction des résultats de



Interface pc





Interface mobile

LA CRÉATION D'UN BUDGET PUBLICITAIRE

Pour créer votre budget publicitaire Facebook, il est important de prendre en compte plusieurs facteurs :

Objectifs de la campagne : Vous devez définir clairement vos objectifs de campagne, car cela aura un impact sur le montant que vous êtes prêt à dépenser.

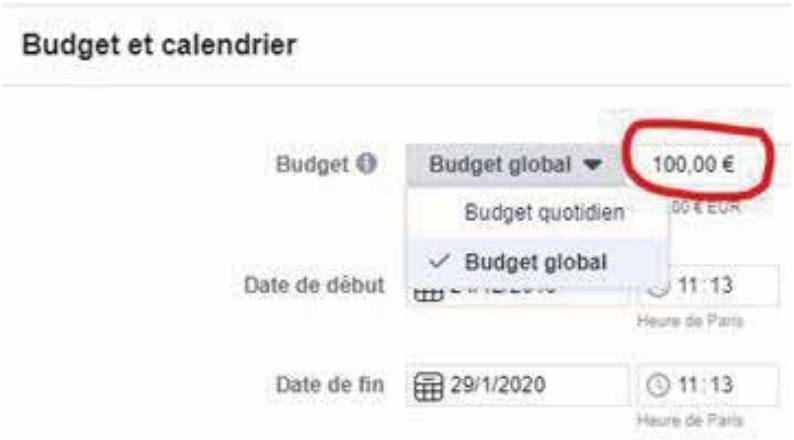
Ciblage : Le coût de votre publicité dépendra du niveau de ciblage que vous utilisez. Plus votre public est précis, plus le coût sera élevé.

Durée de la campagne : Vous devez décider de la durée de votre campagne publicitaire. Si vous voulez une campagne courte, vous devrez dépenser plus pour atteindre votre public rapidement.

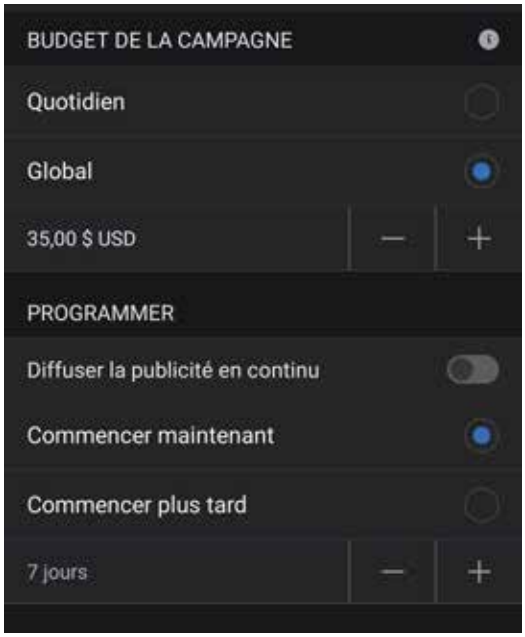
Concurrents : Si vos concurrents sont présents sur Facebook Ads, les coûts publicitaires pourraient être plus élevés.

Budget total : Vous devez définir un budget total pour toutes vos campagnes publicitaires Facebook.

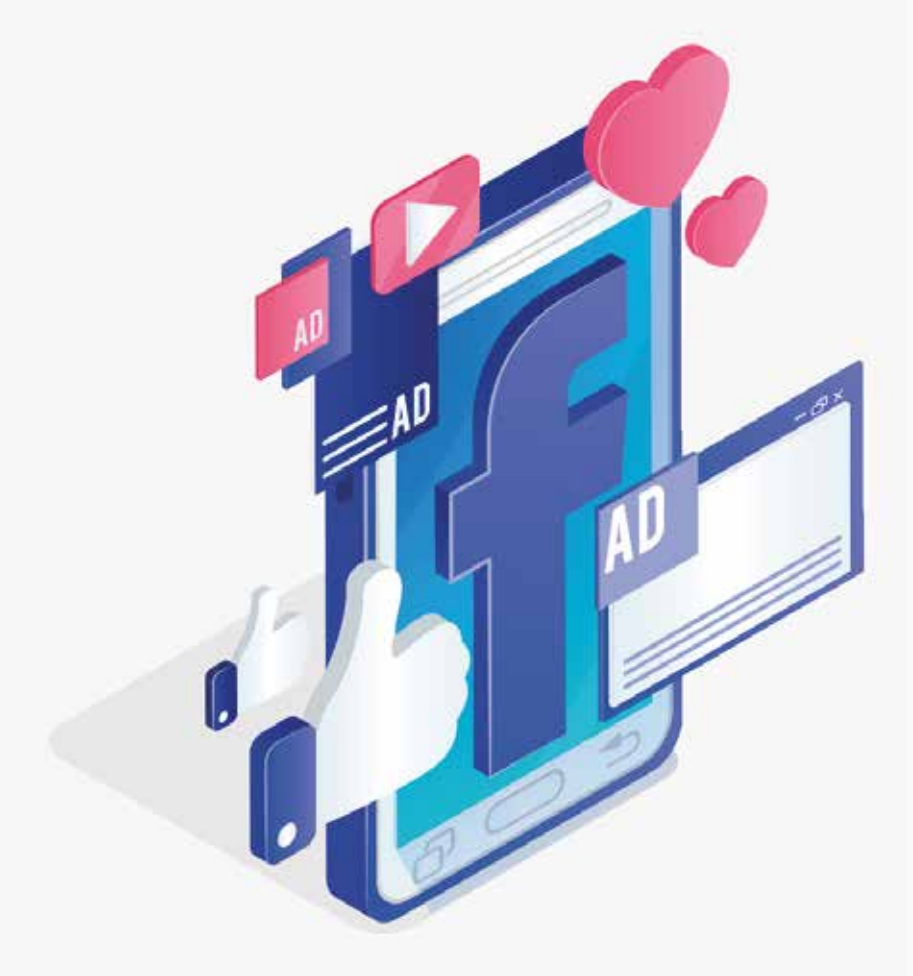
Une fois que vous avez pris en compte ces facteurs, vous pouvez utiliser l'outil de budgétisation de Facebook pour définir le montant que vous êtes prêt à dépenser pour chaque campagne publicitaire. Vous pouvez choisir entre un budget quotidien ou un budget total pour la durée de la campagne. Il est important de surveiller régulièrement vos dépenses publicitaires pour vous assurer que vous respectez votre budget et que vous obtenez des résultats satisfaisants.



Interface pc



Interface mobile



LA GESTION DE LA CAMPAGNE **PUBLICITAIRE FACEBOOK**

COMMENT SUIVRE LES PERFORMANCES DE VOTRE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Pour suivre les performances de votre campagne publicitaire Facebook, vous pouvez utiliser les outils d'analyse intégrés à la plateforme, notamment :

Facebook Ads Manager : L'Ads Manager fournit des analyses détaillées sur les performances de votre campagne, y compris les impressions, les clics, les conversions et les coûts.

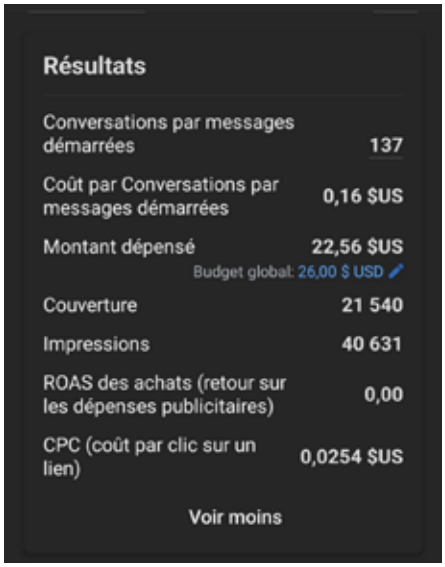
Pixel Facebook : Le Pixel Facebook est un outil de suivi de conversion qui vous permet de suivre les actions des utilisateurs sur votre site web après avoir cliqué sur votre publicité Facebook.

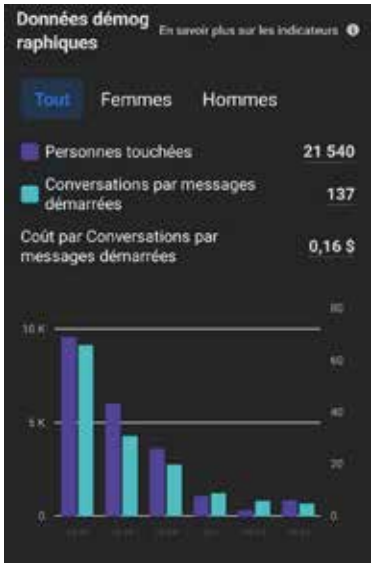
Rapports personnalisés : Vous pouvez créer des rapports personnalisés qui répondent à vos besoins spécifiques en utilisant l'outil de création de rapports de Facebook.

Google Analytics : Si vous utilisez Google Analytics sur votre site web, vous pouvez suivre les performances de vos campagnes publicitaires Facebook à l'aide de l'outil de suivi des campagnes de Google Analytics.

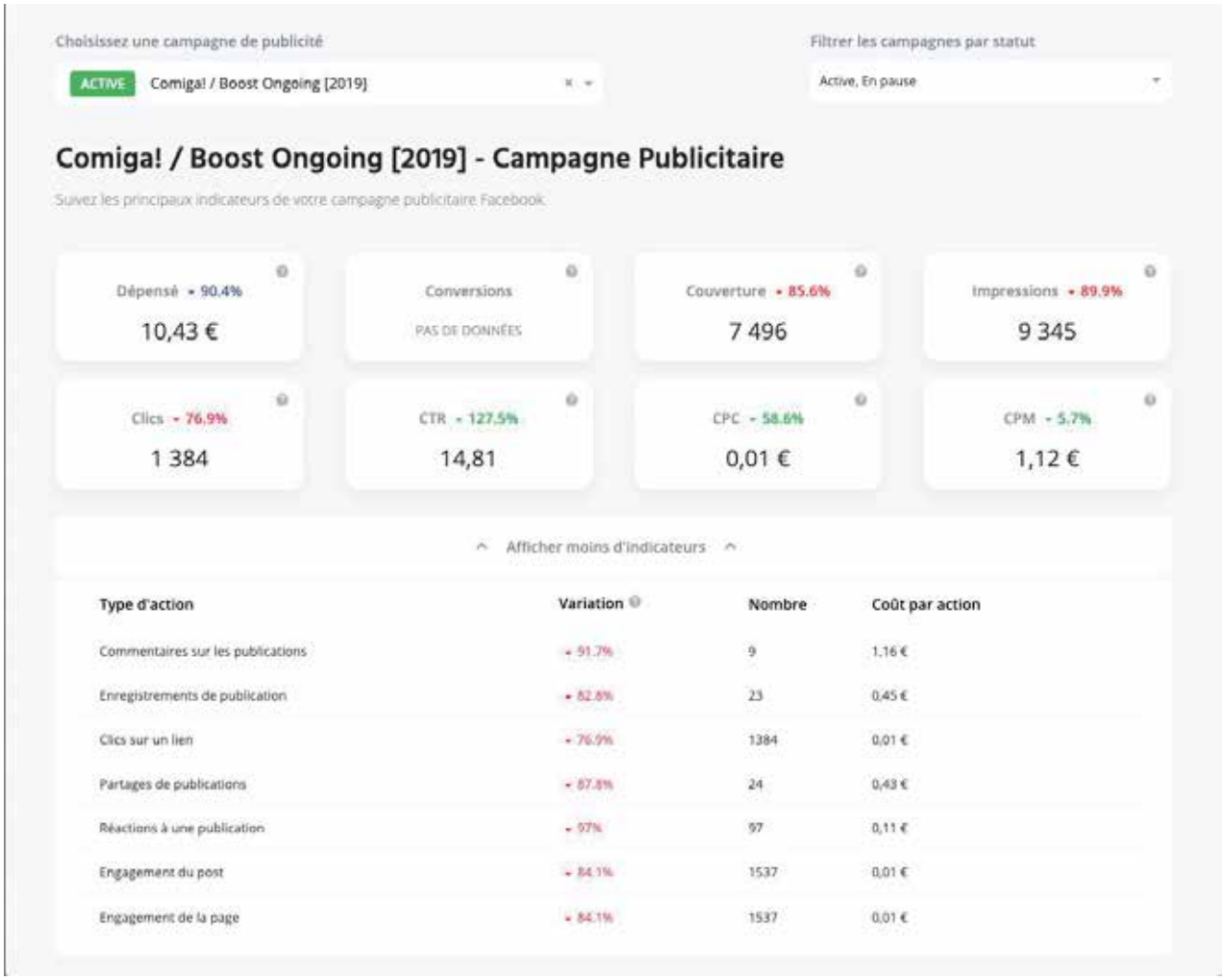
En surveillant régulièrement les performances de votre campagne publicitaire Facebook, vous pouvez déterminer ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, et ajuster votre stratégie de marketing en conséquence pour maximiser les résultats.




Résultats
Conversations par messages démarrées 137
Coût par Conversations par messages démarrées 0,16 $US
Montant dépensé 22,56 $US
Budget global: 26,00 $ USD
Couverture 21 540
Impressions 40 631
ROAS des achats (retour sur les dépenses publicitaires) 0,00
CPC (coût par clic sur un lien) 0,0254 $US
Voir moins


Données démographiques
En savoir plus sur les indicateurs
Tout
Femmes
Hommes
Personnes touchées 21 540
Conversations par messages démarrées 137
Coût par Conversations par messages démarrées 0,16 $


Performance
En savoir plus sur les indicateurs
Coût par Conversations par messages démarrées 0,16 $
Conversations par messages démarrées 137
0,40 $
0,30 $
0,20 $
0,10 $
0,00 $
fév 23
fév 28
mar 5
mar 11


Choisissez une campagne de publicité
ACTIVE
Comiga! / Boost Ongoing [2019]
Filtrer les campagnes par statut
Active, En pause
Comiga! / Boost Ongoing [2019] - Campagne Publicitaire
Suivez les principaux indicateurs de votre campagne publicitaire Facebook
Dépensé - 90.4%
10,43 €
Conversions
PAS DE DONNÉES
Couverture - 85.6%
7 496
Impressions - 89.9%
9 345
Clics - 76.9%
1 384
CTR - 127.5%
14,81
CPC - 58.6%
0,01 €
CPM - 5.7%
1,12 €
Afficher moins d'indicateurs
Type d'action
Variation
Nombre
Coût par action
Commentaires sur les publications - 91.7% 9 1,16 €
Enregistrements de publication - 82.6% 23 0,45 €
Clics sur un lien - 76.9% 1384 0,01 €
Partages de publications - 87.8% 24 0,43 €
Réactions à une publication - 97% 97 0,11 €
Engagement du post - 84.1% 1537 0,01 €
Engagement de la page - 84.1% 1537 0,01 €

COMMENT OPTIMISER VOTRE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Audience : Assurez-vous que votre public cible est correctement défini et que votre annonce leur est adaptée.

Création de l'annonce : Faites en sorte que votre annonce soit attrayante et convaincante, avec un appel à l'action clair.

Budget : Assurez-vous que votre budget est bien réparti entre les différentes campagnes publicitaires Facebook, en fonction de leur objectif et de leur performance.

Test A/B : Testez différentes versions de vos annonces pour voir ce qui fonctionne le mieux auprès de votre public cible.

Suivi et analyse : Surveillez régulièrement les performances de votre campagne publicitaire à l'aide des données fournies par Facebook Ads Manager, et ajustez votre stratégie en conséquence.

En optimisant votre campagne publicitaire Facebook, vous pouvez maximiser son impact et son retour sur investissement

LES ÉLÉMENTS CLÉS D'UNE ANNONCE FACEBOOK RÉUSSIE

Objectif clair : Définissez clairement l'objectif de votre annonce Facebook en fonction de vos objectifs marketing.

Ciblage précis : Ciblez votre annonce Facebook en fonction de votre public cible, en utilisant les outils de ciblage de Facebook.

Image ou vidéo attrayante : Utilisez une image ou une vidéo de haute qualité et attrayante pour attirer l'attention de votre audience.

Texte accrocheur : Écrivez un texte accrocheur et concis qui met en valeur les avantages de votre produit ou service.

Appel à l'action clair : Incluez un appel à l'action clair qui encourage les utilisateurs à prendre une action, comme cliquer sur le bouton "Acheter maintenant".

Test A/B : Testez différentes versions de votre annonce pour voir ce qui fonctionne le mieux auprès de votre public cible.

Suivi et analyse : Surveillez régulièrement les performances de votre annonce Facebook à l'aide des données fournies par Facebook Ads Manager, et ajustez votre stratégie en conséquence.

En utilisant ces éléments clés, vous pouvez créer des annonces Facebook qui attirent l'attention de votre public cible, encouragent l'engagement et génèrent des résultats pour votre entreprise.

LES BONNES PRATIQUES POUR LA CRÉATION D'UNE CAMPAGNE FACEBOOK

Soyez clair et concis : Votre annonce doit être facile à comprendre et à retenir. Évitez les messages confus ou trop longs.

Utilisez des visuels accrocheurs : Les images ou vidéos utilisées dans votre annonce doivent être de haute qualité et accrocheuses pour attirer l'attention des utilisateurs.

Ciblez votre public cible : Utilisez les outils de ciblage de Facebook pour vous assurer que votre annonce atteint les bonnes personnes.

Évitez le jargon : Utilisez un langage simple et compréhensible pour que votre annonce puisse être comprise par tout le monde.

Mettez en avant les avantages : Mettez en avant les avantages et les résultats que les utilisateurs peuvent obtenir en utilisant votre produit ou service.

Ajoutez un appel à l'action : Ajoutez un appel à l'action clair et incitatif pour encourager les utilisateurs à cliquer sur votre annonce.

Testez différentes versions : Testez différentes versions de votre annonce pour trouver celle qui fonctionne le mieux pour votre public cible.

CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

La publicité Facebook est un système publicitaire incroyable qui utilise un réseau social géant associé à une technologie de pointe pour diffuser des publicités. Elle permet aux entreprises de créer des publicités accrocheuses et bien conçues et de les adapter à un public précisément ciblé à faible coût.

Lorsque vous lancez une publicité Facebook, il y a quelques erreurs courantes à éviter :

Ne pas définir d'objectifs clairs : Il est important de définir des objectifs clairs pour votre publicité Facebook, afin de savoir ce que vous voulez accomplir et comment vous allez mesurer le succès.

Ne pas connaître votre public cible : Il est crucial de connaître votre public cible pour créer une publicité qui leur parle, sinon vous risquez d'investir de l'argent dans une publicité qui ne sera pas efficace.

Ne pas utiliser le bon format d'annonce : Il est important de choisir le bon format d'annonce en fonction de vos objectifs de marketing et de votre public cible, sinon vous risquez de ne pas atteindre vos objectifs.

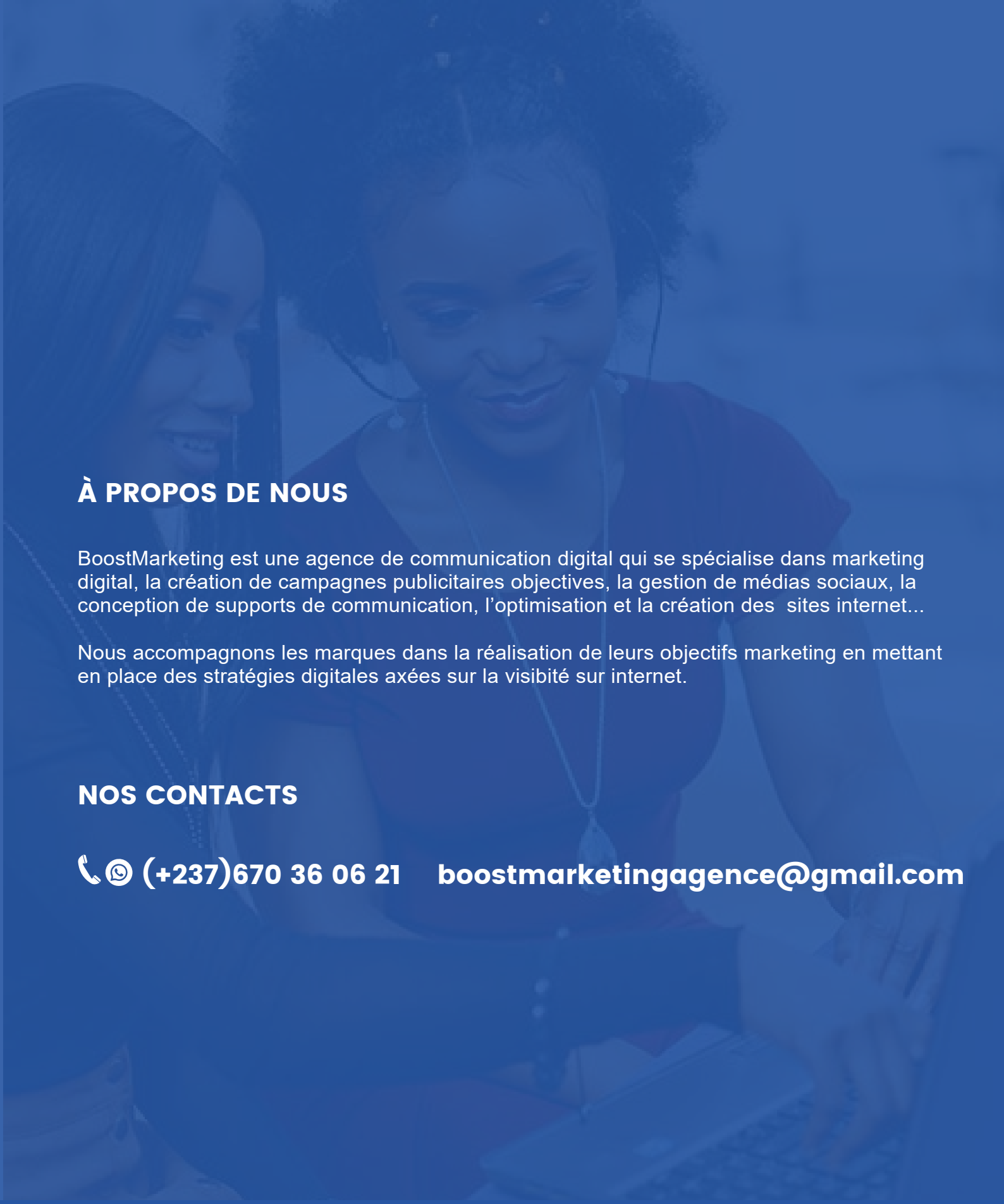
Ne pas respecter les règles de Facebook : Facebook a des règles strictes en matière de publicité, il est donc important de les respecter pour éviter que votre publicité soit rejetée ou que votre compte soit suspendu.

Ne pas surveiller les performances de votre publicité : Il est important de surveiller régulièrement les performances de votre publicité pour savoir si elle fonctionne bien ou non, afin de pouvoir l'ajuster si nécessaire.

NOTES

Ce ebook se veut pratique et axé sur les éléments principaux utiles pour lancer une publicité sur Facebook ads manager, il n'est pas complet il pourrait ne pas y avoir certains éléments propres à votre situation. pour compléter ce didacticiel, vous devez vous référer à notre formation vidéo





À PROPOS DE NOUS

BoostMarketing est une agence de communication digital qui se spécialise dans marketing digital, la création de campagnes publicitaires objectives, la gestion de médias sociaux, la conception de supports de communication, l'optimisation et la création des sites internet...

Nous accompagnons les marques dans la réalisation de leurs objectifs marketing en mettant en place des stratégies digitales axées sur la visibité sur internet.

NOS CONTACTS

(+237)670 36 06 21 **boostmarketingagence@gmail.com**

BOOST MARKETING