



POST SPONSORISÉ SUR FACEBOOK

Facebook dispose de son propre outil de gestion pour la publicité : Facebook Ads Manager (ou business manager). Cet outil va vous permettre de mettre en place des campagnes publicitaires sur Facebook, créer de nouvelles séries d'annonces, cibler de nombreux publics différents et suivre la performance de vos campagnes.

Quelques repères

1€ : Il est possible de créer des campagnes sur Facebook à partir de 1€/jour

Facebook franchira en 2020 la barre symbolique des **50 milliards de recettes publicitaires** (dont plus de 10 en bénéfiques)



Les avantages de la publicité Facebook

- 1 - Accessible : créer une publicité est relativement facile
- 2 - Adapté aux petits budgets : il est possible de lancer une campagne avec un budget de 1€
- 3 - Performant : Le volume d'audience et la finesse du ciblage permet d'atteindre sa cible
- 4 - Supportable : Format moins agressif que les banniers ou liens commerciaux
- 5 - Rentable : Le ROI est très intéressant (sous réserve d'une campagne de qualité)

- Le point de départ sur toute campagne Facebook : Pourquoi ? Vous devez savoir pourquoi vous démarrer une campagne. Il existe 3 catégories d'objectifs :
- **Notoriété** : il s'agit des objectifs qui suscitent un intérêt pour votre produit ou service. J'ai besoin d'être vu auprès d'un maximum de personnes.
- **Considération** : il s'agit des objectifs qui incitent les gens à s'intéresser à votre entreprise et à rechercher des informations la concernant. Exemple : Je veux que les utilisateurs Facebook découvrent mon site web.
- **Conversion** : il s'agit des objectifs qui encouragent les personnes intéressées par votre entreprise à acheter ou à utiliser votre produit ou votre service. Exemple : Je veux vendre des produits

Sensibilisation	Considération	Conversion
Notoriété de la marque	Trafic	Conversions
Couverture	Interactions	Ventes catalogue
	Installations d'applications	Trafic en point de vente
	Vues de vidéos	
	Génération de prospects	
	Messages	

EXEMPLES DE PUBLICITÉS

Vous avez répondu à la question «Pourquoi», il faut maintenant répondre aux autres questions :



Sponsorisé · 6

Et si vous deveniez la personne le plus connue 🌟 dans votre domaine ?
Tout le monde sait que si vous écrivez un livre 📖 ou réalisez une formation 🎓 de qualité, alors vous deviendrez une autorité dans votre milieu, sans avoir besoin d'en faire des tonnes.
Et ce genre de positionnement peut vous apporter plein de clients. ...
Afficher la suite

GO.ANTOINEPEYAVIN.COM
Le Petit Produit Magique

En savoir plus

- Pour qui :

Vous allez définir une audience : Les jeunes femmes de 20 à 30 ans, les gens de ma commune, les personnes qui ont visité mon site, les golfeurs...

- Où : Vous allez définir des emplacements : Sur Instagram, dans Messenger, sur le fil d'actualité Facebook, dans les Stories...

- Combien : Quel est votre budget ? Par jour ?

- Quand : Quel sera le calendrier ? Début et fin

Créer une ou plusieurs publicités

Votre objectif publicitaire et votre placement peuvent avoir un impact sur les formats disponibles. Les différents types sont les suivants :

Carrousel : une séquence à faire défiler de 2 à 10 images ou vidéos

Image : une photo ou un graphique unique

Vidéo : une publicité ancrée par une vidéo unique

Diaporama : une publicité vidéo en boucle, composée de jusqu'à 10 images ou cadres extraits d'une vidéo, auxquels vous pouvez ajouter des transitions et de la musique.

Collection : une manière visuelle et immersive de promouvoir une entreprise ou des produits

Les bonnes pratiques

1 - Renseignez-vous et installez le pixel Facebook sur votre site. Il vous permettra de récupérer des informations de navigations pour relancer les internautes sur Facebook.

2 - Facebook n'est pas votre commercial, c'est plutôt votre site web qui se charge de ce travail. Par contre, Facebook peut vous aider à générer du trafic, gagner en notoriété, transmettre des codes marketing, aider à la découverte de produits...

Pensez-y lorsque vous allez créer vos campagnes et concentrez vous sur l'objectif. Comment la publicité Facebook pourrait m'aider à ... ?

3 - La puissance de la publicité Facebook réside dans la qualification client, c'est-à-dire, votre audience. Analysez précisément les besoins, le profil type, les habitudes, les critères géographiques, démographiques et constituez votre audience. Le marketing indifférencié, c'est-à-dire l'envoi de masse sans critère précis, ça ne fonctionne pas sur Facebook.

4 - Faites confiance à l'assistant pour les publicités. Vous devez comprendre que c'est aussi dans l'intérêt de Facebook de faire de vos campagnes des réussites. Son algorithme est fiable, vous pouvez utiliser le placement automatique ou le baromètre d'audience. Prenez le temps dans la rédaction de la publicité.



Image de très bonne qualité

Titre : informatif et incitatif

Description

Accroche percutante

Bouton d'incitation au clic

Coopcorico Sponsorisé · 6

Découvrez dès à présent nos viandes bio en ligne proposées par nos producteurs locaux certifiés commerce équitable français. Commandez en ligne et faites vous livrer à domicile !

COOPCORICO.FR
Commandez votre viande bio en ligne !
Livraison à domicile, respect chaîne du froid, viande...

En savoir plus