

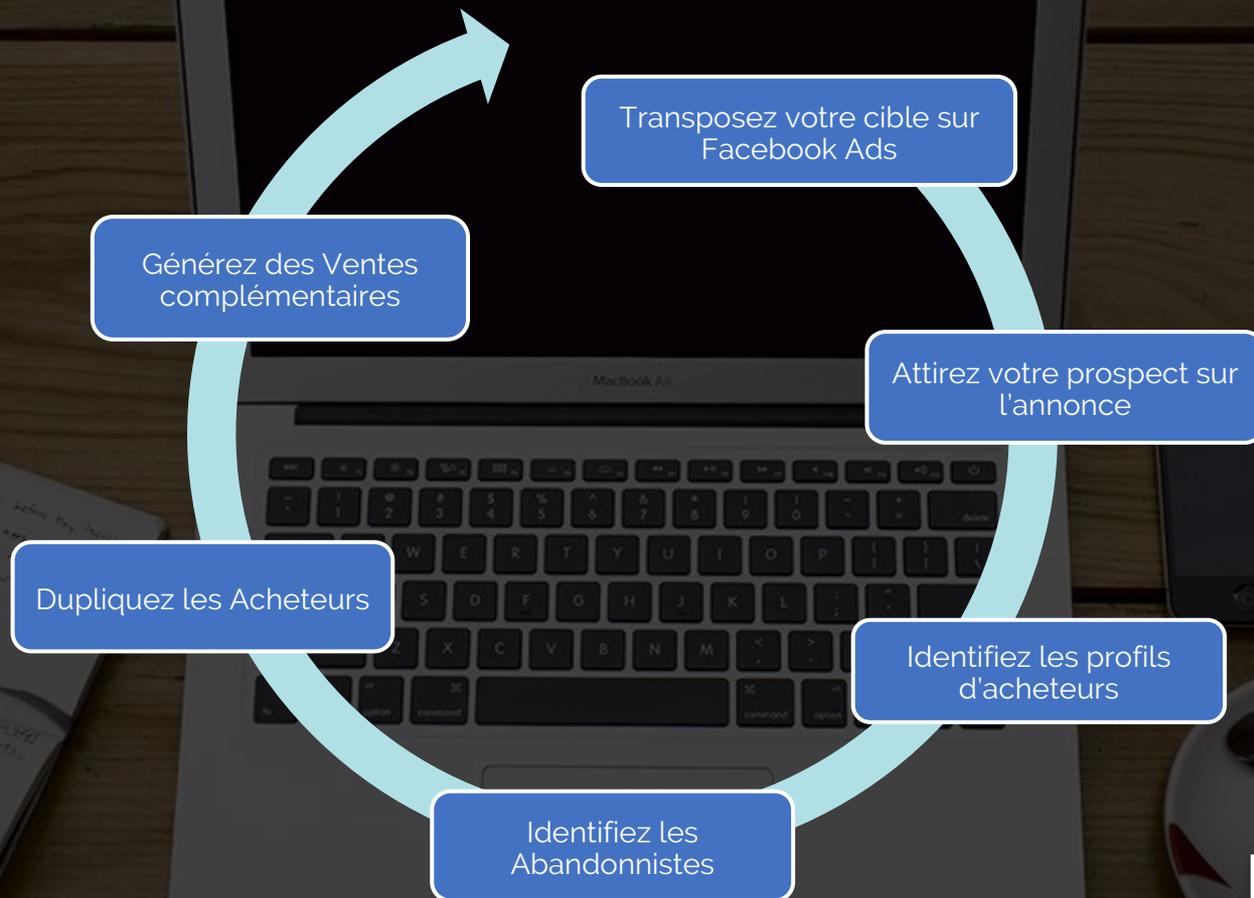
E-Book

6 Conseils pour lancer des CAMPAGNES FACEBOOK ADS RENTABLES

Comment atteindre et exploiter efficacement votre cible à tous les coups.

6 Conseils pour lancer des

CAMPAGNES FACEBOOK ADS RENTABLES



1. Transposez votre cible sur Facebook Ads



Définition de l'audience

La sélection de votre audience est assez large.

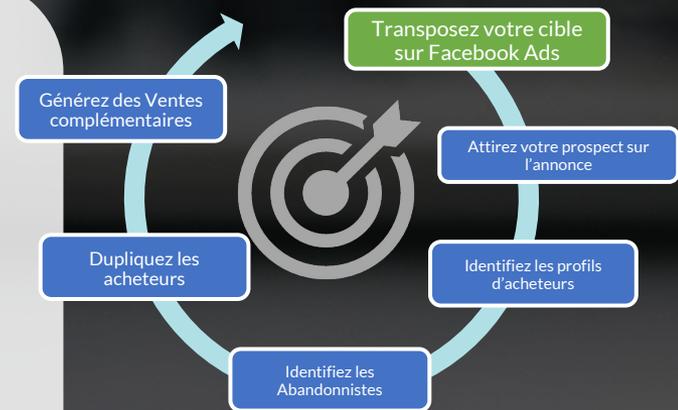
Restreinte Trop large

Récapitulatif :

- Lieu :
 - France
- Âge :
 - 18 - 65+

Facebook vous permet de sélectionner votre cible avec l'outil « **Audiences** » du **Gestionnaire de Publicités**.

Vous pouvez ainsi **inclure ou exclure** des utilisateurs selon leurs intérêts et même **combiner certains critères**.



LE CONSEIL IDEWAN: « **Pensez à l'importance de la taille de votre audience** ». IDEWAN vous conseille l'usage de **“Statistiques d'audience”** pour anticiper, selon vos critères, si cette cible de campagne peut être rentable.

LES PIÈGES À ÉVITER : Au-delà de 5 impressions par utilisateur, la qualité de celle-ci peut être dégradée (taux de clics, coût par conversion) !

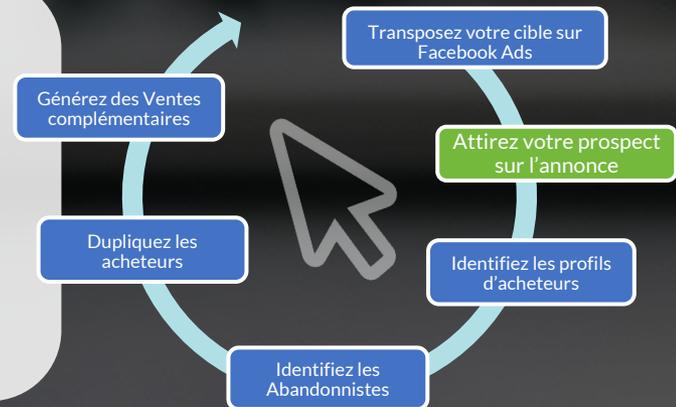


2. Attirez votre prospect sur l'annonce



Facebook pourra **automatiquement optimiser la diffusion des annonces pour dépenser votre budget au plus efficace, selon vos critères.**

L'optimisation de la diffusion porte selon l'objectif et la configuration sur **les impressions, les clics ou les conversions.**



LE CONSEIL IDEWAN: « **Toutes les premières conversions comptent** ». Il est **INDISPENSABLE** de bien choisir ce que l'on considère comme « Conversion » (vente, prise de contact, inscription).

LES PIÈGES À ÉVITER : N'ayez aucun préjugé. Testez 2 ou 3 visuels ou accroches même les plus improbables.

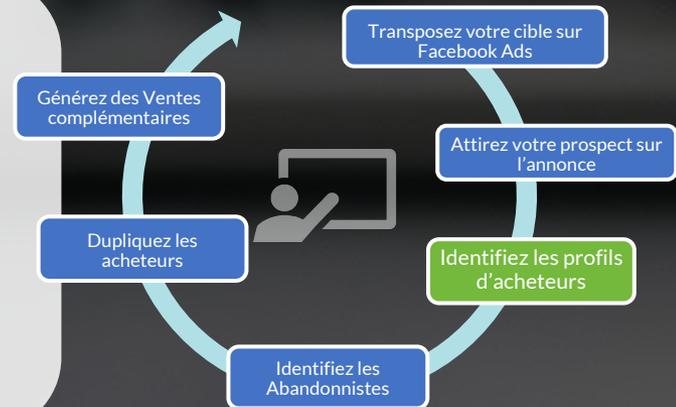


3. Identifiez les profils d'acheteurs



LE PIXEL FACEBOOK 

Cet extrait de code très simple à intégrer vous permet de relier des informations de consultation de votre site, aux cibles directes de vos campagnes.



LE CONSEIL IDEWAN: « Capitalisez sur les comportements existants ». Vous pouvez facilement identifier : Les produits que vos visiteurs ont consultés, les produits qui ont été consultés mais pas achetés.

LES PIÈGES À ÉVITER : Ne vous arrêtez pas au nombre de clics. Pensez à analyser ce que les utilisateurs font sur le site.



4. Identifiez les abandonnistes

L'internaute a ajouté son produit à son panier, ou a débuté le remplissage d'un formulaire mais n'est pas arrivé au bout de son achat / inscription. Frustrant, n'est-ce pas ?



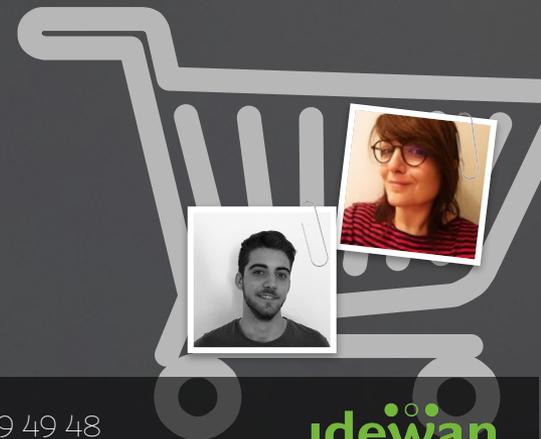
LE PIXEL ET LES ÉVÈNEMENTS

Insérez des évènements lors d'un clic (ajout au panier...). Cela permet par la suite de créer des audiences portant sur ces utilisateurs.



LE CONSEIL IDEWAN: « Ciblez les abandonnistes de façon adaptée ». Il faut TOUJOURS étudier en amont les raisons originelles de l'abandon.

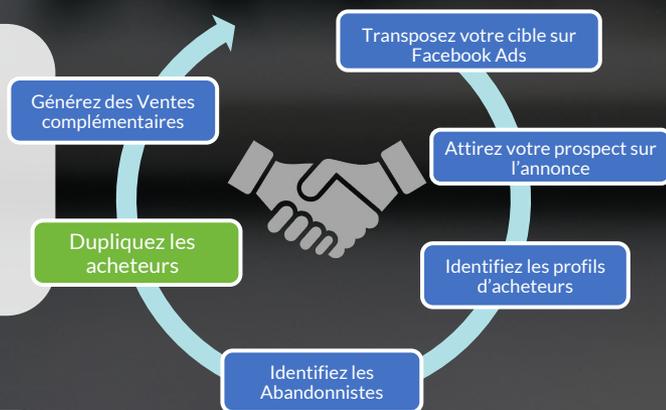
LES PIÈGES À ÉVITER : Abuser du remarketing peut desservir vos intérêts ! Reciblez les abandonnistes seulement si cela est pertinent.



5. Dupliquez les acheteurs

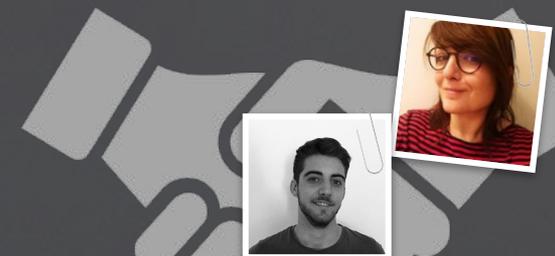


En utilisant **une audience personnalisée basée sur un fichier de clients fidèles**, vous pourrez obtenir des coûts par conversion plus faibles.



LE CONSEIL IDEWAN: « Adaptez l'optimisation de la campagne selon l'origine et la typologie de l'audience jumelle ». On sera prêt à dépenser plus pour chaque conversion/vente si on cible une audience similaire à nos clients les plus fidèles

LES PIÈGES À ÉVITER : Attention, il existe des conditions pour créer des audiences similaires. Une audience source de 100 personnes venant d'un même pays notamment.



6. Générez des ventes complémentaires

L'internaute a acheté, il était rentable, mais maintenant qu'il a déjà acheté chez vous lui revendre reviendrait moins cher que de toucher un nouveau prospect.



Une fois que le marché sera **saturé**, les **audiences jumelles** permettent de toucher de nouvelles personnes susceptibles d'être intéressées par votre entreprise en raison de leurs **similitudes avec les personnes** qui ont déjà manifesté leur intérêt. »



LE CONSEIL IDEWAN: « **Relativisez les résultats de campagne** ». Si les clients qui ont profité de cette offre génère d'autres ventes à l'avenir, alors en réalité l'action de communication aura été rentable !

LES PIÈGES À ÉVITER : Quelques outils vous permettent d'affiner encore mieux votre connaissance des internautes. Chez IDEWAN nous utilisons au quotidien Google Analytics ainsi que notre CRM.



En bref

Générez des Ventes complémentaires

- Exploiter les clients fidèles
- Relativisez vos résultats de campagne
- Profitez des connexions avec d'autres outils

Dupliquez les Acheteurs

- Poursuivre l'optimisation sur la cible
- Créer des audiences jumelles/similaires
- Sélectionner la source des profils intéressants

Identifiez les Abandonnistes

- Identifier et exploiter les abandonnistes
- Identifier les raisons des abandons
- Eviter de systématiser l'emploi du remarketing

Transposez votre cible sur Facebook Ads

- Une audience ciblée
- A l'échelle de vos attentes
- Une fréquence maîtrisée

Attirez votre prospect sur l'annonce

- Des annonces attractives
- Des tests récurrents
- Un suivi pour optimiser

Identifiez les profils d'acheteurs

- Analyser les contenus efficaces
- Identifier et exclure les curieux
- Ne pas s'arrêter à l'analyse d'un unique indicateur

idewan est là pour ça !

FORMATION

« LA PUBLICITE AVEC **FACEBOOK ADS** »



Comprendre les opportunités qu'offre Facebook Ads



Configurer des campagnes pour les diffuser sur Facebook et Instagram



Optimiser les campagnes à mesure qu'elles évoluent pour en maximiser la rentabilité

DES QUESTIONS ?



SOIZIC
Votre Contact Commercial
07 61 89 49 48



ROMAIN
Votre Formateur
Expert Facebook Ads
09 50 85 24 71

S'INSCRIRE EN LIGNE

www.idewan.com