



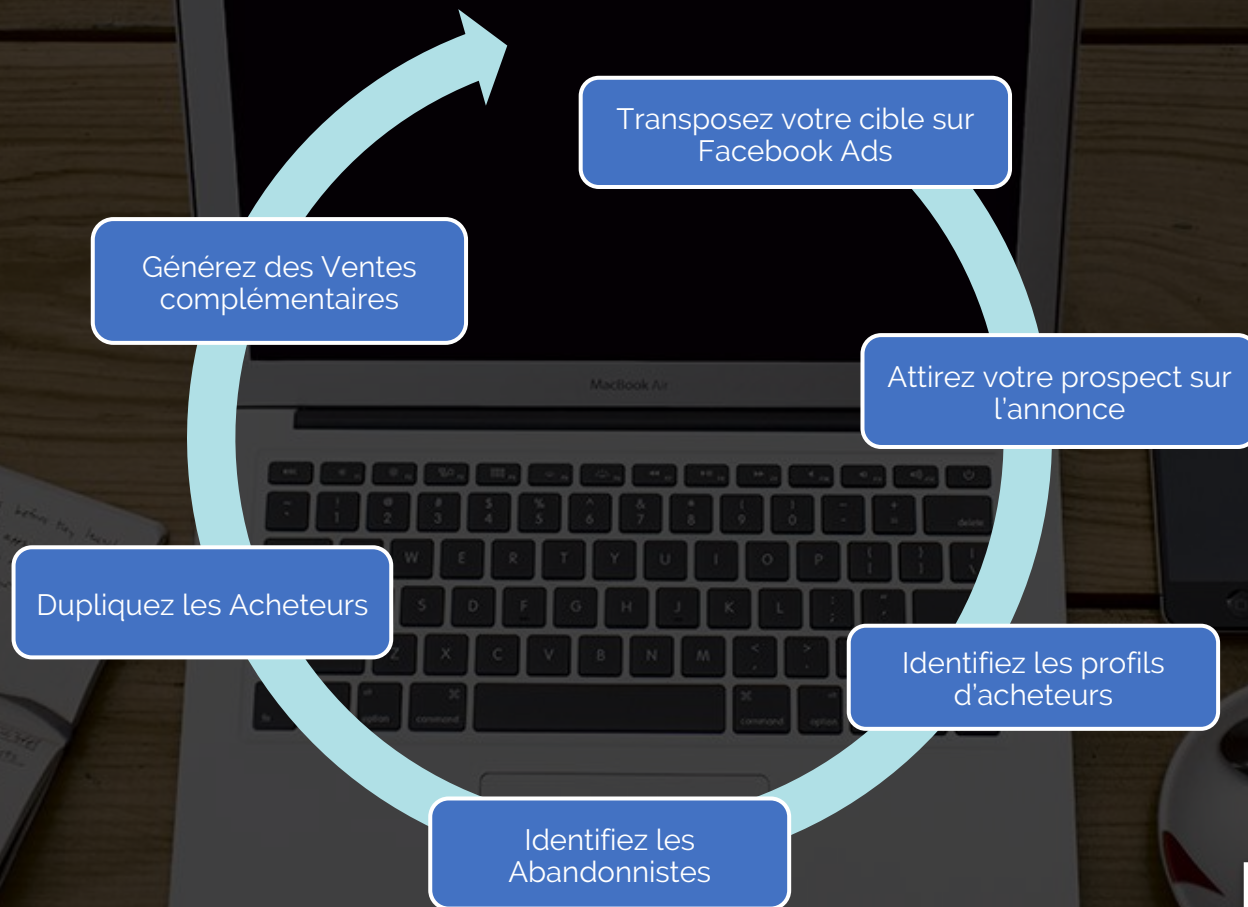
E-Book

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.

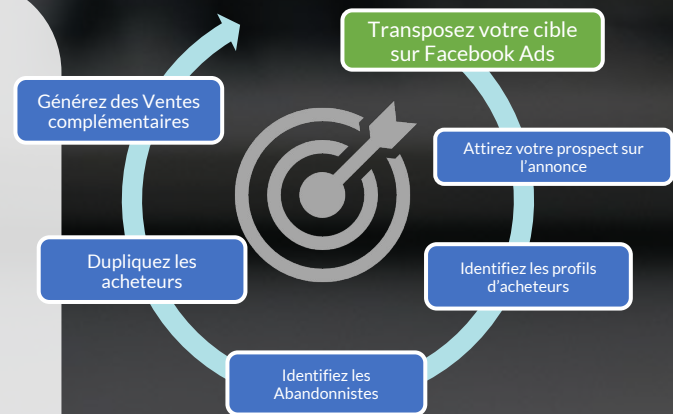
Restreinte Trop large

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 **combinaison 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) !

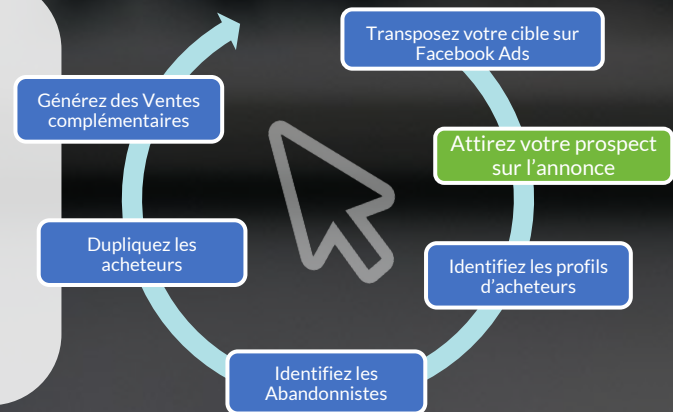


2. Attirez votre prospect sur l'annonce



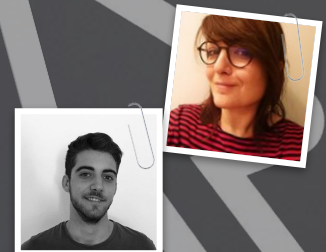
Facebook pourra **automatiquement optimiser la diffusion des annonces pour dépenser votre budget au plus efficace, selon vos critères.**

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.

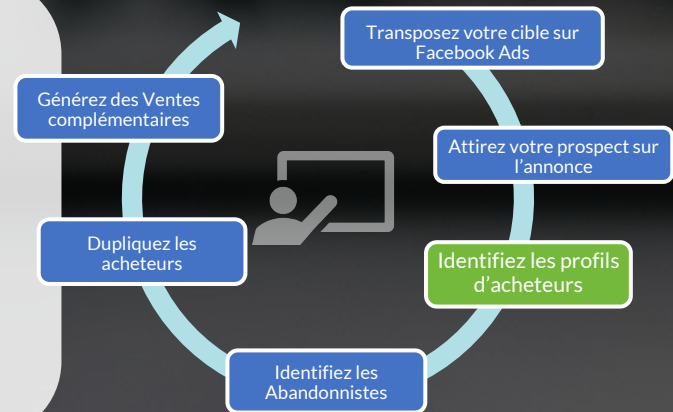


3. Identifiez les profils d'acheteurs



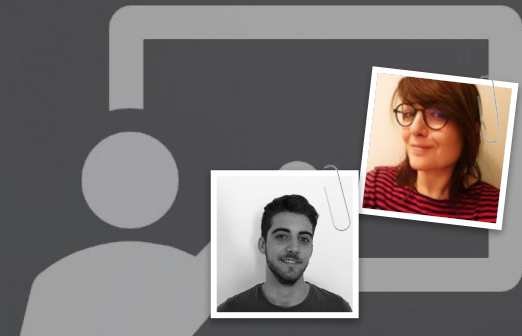
LE PIXEL FACEBOOK 

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.

Générez des Ventes complémentaires

Dupliquez les acheteurs



Transposez votre cible sur Facebook Ads

Attirez votre prospect sur l'annonce

Identifiez les profils d'acheteurs

Identifiez les Abandonnistes

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

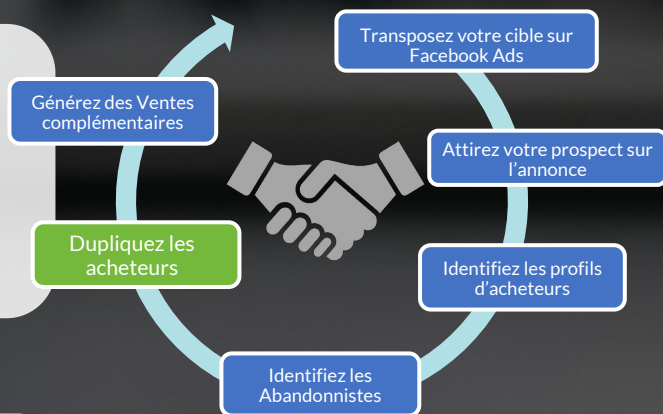
LES PIÈGES À ÉVITER : Abuser du remarketing peut desservir vos intérêts ! Reciblez les abandonnistes seulement si cela est pertinent.



5. Dupliquez les acheteurs

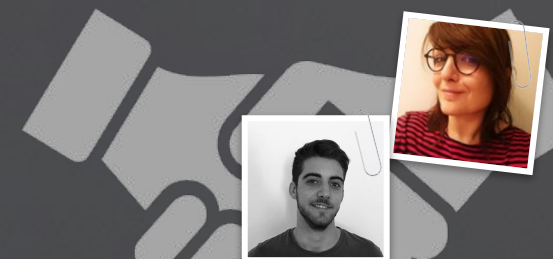


En utilisant **une audience personnalisée basée sur un fichier de clients fidèles**, vous pourrez obtenir des coûts par conversion plus faibles.



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.

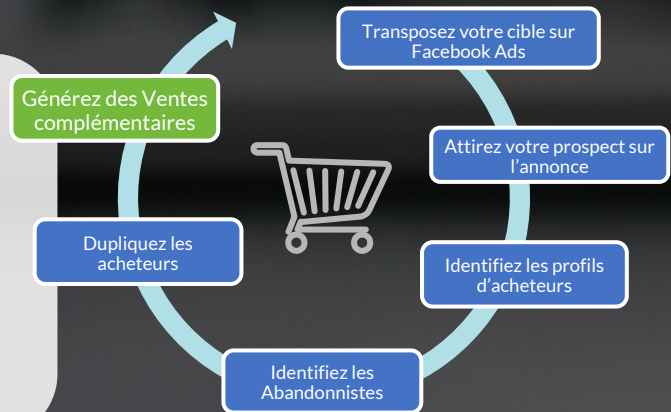


6. Générez des ventes complémentaires

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