

BALADO STRATÉGIE MARKETING D'ENGAGEMENT

ÉPISODE 2 CONSEILS ET PIÈGES À ÉVITER EN PUBLICITÉ FACEBOOK

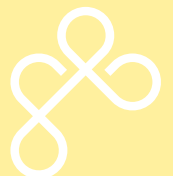
Pour notre deuxième balado, **Benoît Pierre Delorme**, gestionnaire de campagnes numériques et **Jonathan Nicolas**, stratège numérique et fondateur de l'agence **GLO** répondent aux questions et nous livrent des conseils judicieux dans nos pratiques publicitaires sur Facebook.



GLO est une agence spécialisée en stratégie numérique, publicité en ligne, SEO et cybermétrique. Prenant le contrepied de l'industrie, elle propose une nouvelle approche basée sur la transparence, l'intégrité, l'expertise et la collaboration. Avec son manifeste pour une nouvelle éthique en publicité numérique, GLO s'engage à une pratique exempte de conflits d'intérêts, de méthode de rémunération controversée et de pratiques d'affaires douteuse.



GLO.TEAM   



PUBLICITÉ FACEBOOK

Les publicités sur Facebook vous permettent d'interagir avec votre public sur le plus grand réseau social du monde. Il peut être difficile d'établir des liens avec vos fans de façon naturelle en raison de l'évolution constante de l'algorithme de Facebook. Heureusement, les fonctionnalités de micro-ciblage proposées par la plateforme vous permettent d'atteindre précisément votre public cible. Facebook s'assure ainsi que vos publicités atteignent les utilisateurs les plus susceptibles d'acheter vos produits ou services. Il s'agit d'un atout remarquable en termes de budget, de taux de conversion et de retour sur investissement, car vous payez uniquement pour atteindre les prospects qui ont le plus de potentiel. Pour obtenir de bons résultats, vous devez impérativement comprendre les différents types de publicités Facebook et les options de ciblage proposées avant de commencer à les utiliser. Nous vous expliquerons tout ce que vous devez savoir dans ce guide, de la planification de votre première publicité à l'élaboration de campagnes publicitaires avancées.¹

Il existe plusieurs types de publicités proposés par Facebook. Vous retrouverez dans notre balado les recommandations de nos experts sur les deux qui ont le plus de potentiels selon GLO.



GESTIONNAIRE DE PUBLICITÉ

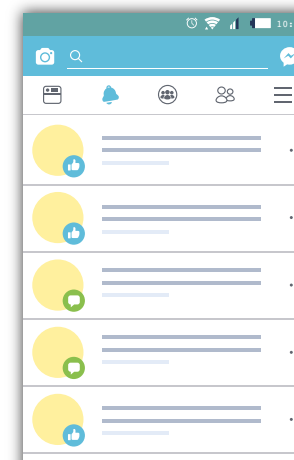
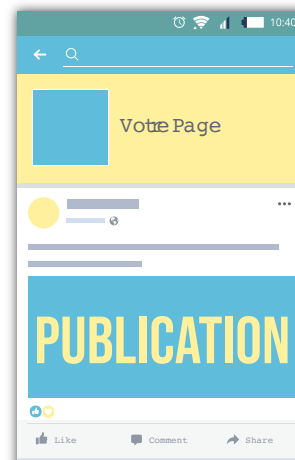
Le Gestionnaire de publicités est votre point de départ pour diffuser des publicités sur Facebook, Instagram, Messenger ou Audience Network. Cet outil tout-en-un vous permet de créer des publicités, de gérer leur emplacement et le moment où elles seront diffusées, et de suivre les performances de vos campagnes. Le Gestionnaire de publicités est un outil de gestion des publicités efficace, mais il a été conçu pour les annonceurs, quel que soit leur niveau d'expérience.²

DIFFÉRENCES ENTRE PUBLICATION ET PUBLICITÉ

Bien que les deux se ressemblent dans le contenu, leur portée est toutefois bien différente.

PUBLICATION FACEBOOK

- Permet de partager des informations, une nouvelle, de répondre à des questions, ect.
- Est publiée sur votre page d'entreprise ou d'organisme, où elle peut être consultée.
- Les utilisateurs peuvent alors l'aimer, la commenter ou la partager.



PUBLICITÉ FACEBOOK

- Ne se retrouve pas directement sur votre page.
- Diffusée dans le fil d'actualité comme contenu sponsorisé seulement.
- Il faut choisir une audience cible. Cette particularité, est l'objectif recherché avec la publicité.

ELLE PEUT ALLER CHERCHER TROIS TYPES D'OBJECTIFS :

- La sensibilisation (notoriété de la marque, portée).
- La considération (trafic, interaction, vue de vidéos et messages).
- La conversion (vente en ligne).

La publicité demande cependant du temps et de l'expertise, car la programmation des paramètres est plutôt exhaustive et certains éléments sont à considérer afin d'éviter l'écoulement du budget de façon inadéquate. Bien réalisée, une publicité Facebook permet un bon retour sur investissement en plus de rejoindre votre clientèle cible. Une fois votre objectif bien établi, la publicité Facebook est une véritable opportunité pour votre entreprise ou organisme.³



À travers le balado, vous comprendrez les thèmes abordés : métriques (portée, impression, fréquence) et les indices de suivi, les règles automatisés pour promouvoir de façon intelligente ses publicités. Les thèmes : boost, audiences personnalisées, audiences similaires, expérience instantanée. Des conseils sur la façon de procéder pour bâtir un budget, comment rédiger les annonces, comment bâtir sa campagne et les bonnes pratiques afin d'éviter certaines erreurs le plus courantes.

1. <https://blog.hootsuite.com/fr/publicites-facebook-guide-complet/>
2. <https://fr-ca.facebook.com/business/tools/ads-manager>
3. <https://bit.ly/3rAvFcY>