

Publicités Facebook

Guide Formation pour agences



facebook

Introduction

Exploitez le potentiel présenté par 400 millions d'utilisateurs en participant à notre programme bêta destiné aux agences média.

Les publicités Facebook sont une solution simple et économique pour communiquer avec un public qualifié, quand vous le souhaitez. Bien que basée sur un système relativement simple, la publicité dans notre environnement est quelque peu différente des autres supports publicitaires. Les clients visés par vos clients sont certainement sur Facebook mais communiquer avec eux dans cet environnement requiert quelques ajustements par rapport aux autres supports en ligne que vous auriez pu utiliser. Nous souhaitons donc nous assurer que vous disposez des bons outils pour présenter, planifier et réaliser des campagnes couronnées de succès sur Facebook.

Nous avons mis en place un programme d'apprentissage tout spécialement conçu pour les agences média, avec une assistance à la planification, à la réalisation et à l'optimisation des campagnes de vos clients. Notre équipe de spécialistes vous aidera également à identifier les meilleures techniques à utiliser pour tous vos clients.

Le programme d'évaluation vous permet de tester les publicités Facebook et de mieux comprendre les spécificités de notre plate-forme et des outils d'optimisation que nous vous proposons.

Vue d'ensemble

Étape 1 : prise de contact initiale – discussion du cahier des charges

Étape 2 : appel consacré à la mise en place de la campagne – conseils et développement de la publicité

Étape 3 : appel consacré à l'optimisation – apprentissage des outils et des métriques

Étape 4 : analyse de la campagne – performances et étapes suivantes



Étape 1 : prise de contact initiale

La première étape de votre évaluation commence comme toute bonne relation : des présentations. Nous programmerons un appel téléphonique pour discuter de vos objectifs en tant qu'agence et vous aider à identifier un client dont les besoins correspondraient le mieux avec cette évaluation. Une fois ces informations échangées, nous pourrons passer à la planification de votre évaluation.

Objectifs et calendriers

Il est important de bien comprendre les objectifs de votre client, de façon à nous permettre de fournir de bonnes recommandations pour le public, la durée de la campagne et d'autres facteurs. Par exemple, si la campagne doit avoir lieu au moment de la sortie d'un produit, la date de sortie sera prise en compte pour le type de publicités, la date de démarrage de la campagne et le public ciblé.

Solutions marketing

Les possibilités sont nombreuses. Nous discuterons de l'intérêt de chacune de nos solutions publicitaires pour vous aider à identifier les combinaisons les plus adaptées aux besoins de vos clients.

Ressources nécessaires

Nous vous présenterons chacune des ressources requises pour l'évaluation. Cela comprend un chargé de vente Facebook, un point de contact au sein de votre agence et un client acceptant de diffuser une campagne de test avec un budget minimum de €10 000.



Étape 2 : appel de mise en place

Le contact et vos objectifs sont désormais établis. Nous communiquerons maintenant avec votre point de contact pour discuter de la mise en place de la campagne et définir la clientèle ciblée par votre client sur Facebook, les matériaux à télécharger et les outils nécessaires pour la diffusion de vos campagnes.

Présentation du processus de configuration

L'interface de création de publicité proposée à l'adresse <http://www.facebook.com/ads/create> est certainement intuitive, mais cela ne nous empêchera pas de vous donner de bons conseils pour vos premières publicités sur Facebook. Nous discuterons notamment des stratégies de ciblage et de l'emploi du texte et des images dans vos publicités.

Outils à différentes échelles

Nous proposons (avec accès sur invitation) un outil de téléchargement multi-publicités conçu pour aider les clients qui créent un nombre élevé de publicités.

Nous formerons votre équipe à l'utilisation de cet outil et à l'application des fonctions à tous vos clients

Ciblage économique

Votre équipe découvrira les nuances des options de ciblage et nous vous aiderons à développer différentes stratégies permettant de mettre en place les campagnes les plus économiques.

Diffusion de la campagne

Dès la fin de l'appel, votre première campagne sera diffusée et votre équipe aura reçu la formation nécessaire à la réalisation d'une campagne sur Facebook.



Un petit sushi chez vous



Plateau à partir de 8.90€
livré chez vous dans 35
min. Tous les restos de
votre quartier sur
alloresto.fr

Michael Hirbec aime cette
publicité.

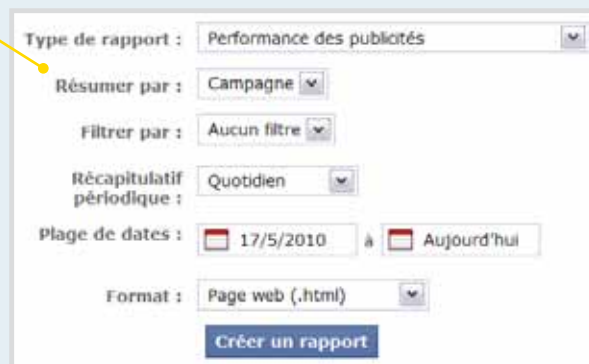
 J'aime

Étape 3 : appel consacré à l'optimisation

Votre campagne est diffusée mais peut sûrement bénéficier d'une certaine optimisation. L'étape 3 sera l'occasion de découvrir les outils d'analyse des performances. Nous mettrons en place les étapes suivantes, destinées à l'optimisation et aux modifications de votre campagne en fonction de ses performances. Votre point de contact saura désormais reconnaître les besoins d'optimisation potentiels et mesurer les performances de vos publicités.

Outils d'analyse

Le gestionnaire de publicités contient toute une panoplie d'outils d'analyse. Nous vous présenterons les éléments de mesure et les rapports qui sont à votre disposition pour mieux gérer les performances de vos publicités. Nous vous montrerons également comment ajouter ces statistiques aux outils que vous utilisez déjà et exploiter notre outil de suivi de conversion.



The screenshot shows a reporting interface with the following fields:

- Type de rapport : Performance des publicités
- Résumer par : Campagne
- Filtrer par : Aucun filtre
- Récapitulatif périodique : Quotidien
- Plage de dates : 17/5/2010 à Aujourd'hui
- Format : Page web (.html)
- Créer un rapport

Mesure des performances

Le temps écoulé entre l'étape 2 et l'étape 3 permet d'évaluer les performances de votre campagne.

Optimisation

Nous étudierons chaque publicité en détail (texte, image, ciblage et offre) pour découvrir celles qui répondent le mieux aux objectifs de votre campagne. Lorsque nécessaire, nous modifierons les publicités pour obtenir un meilleur retour sur investissement.

Modification d'une publicité

Les champs de texte, de cible, de calendrier et de paiement contiennent effectuez ici remplacez la publicité existante. Une fois vos modifications approbation par notre équipe. En savoir plus

Étape 4 : récapitulatif de la campagne

Une fois votre évaluation terminée, nous procéderons à un récapitulatif détaillé de votre campagne avec l'examen des étapes 1 à 3 de façon à s'assurer que votre équipe dispose des connaissances nécessaires pour une utilisation efficace de notre plate-forme publicitaire. Nous serons bien entendu à votre disposition et continuerons à vous aider.

Récapitulatif détaillé de la campagne

Nous vous fournissons des statistiques complètes à la fin de votre campagne pour confirmer le retour sur investissement.

Stratégies pour de nouvelles campagnes

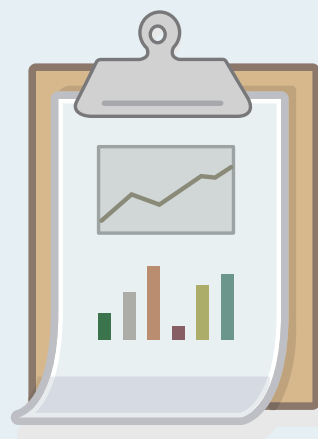
Nous vous aiderons à développer, sur la base de votre évaluation, une approche adaptée à vos futures campagnes.

Rappel des outils

Nous passerons en revue les différents outils du gestionnaire de publicités, l'outil de téléchargement multi-publicités et les fonctions statistiques.

Document récapitulatif

Nous fournissons à votre équipe une série de documents récapitulatifs détaillant l'évaluation et les résultats obtenus par rapport aux objectifs.



Témoignages : Efficens!

Nous avons commencé à utiliser Facebook en 2009, avec une seule campagne. Les capacités statistiques de Facebook nous ont permis d'évaluer avec précision les performances de la campagne et le retour sur investissement pour le compte de notre client.

Nous avons obtenu d'excellents résultats. Les solutions de ciblage nous ont permis d'atteindre les utilisateurs visés. Les outils tels que l'outil de téléchargement multi-publicités nous ont permis de répondre aux besoins de nos clients sans pour autant avoir à ajouter de ressources internes. Nous comptons maintenant utiliser une API.

Avec une seule personne affectée à cette tâche, nous avons réussi à faire passer quatre de nos principaux clients sur la plate-forme Facebook. Ces clients bénéficient de résultats exceptionnels pour toutes leurs campagnes.

Je n'ai aucune hésitation à recommander Facebook aux annonceurs et agences média.

Directeur associé, Efficens : Francis Mahut