

Développement de ton activité - FICHE 5

PUB Facebook / Création des Conférences

Informations importantes !



Toutes les séances individuelles ou collectives se font par le lien que voici:

<https://gaelhuchetenaud.clickmeeting.com/cime>

Avance et mets en place ton projet **au fur et à mesure** que tu écoutes les vidéos explicatives/ que tu lis le PDF



Prévois d'avoir **ton ordinateur allumé** pour notre prochain rdv téléphonique.



Avant de te lancer dans la création de tes publicités Facebook et de ta conférence en ligne, je te conseille vivement de :

- Vérifier le bon fonctionnement de ton tunnel en t'y inscrivant pour être certain.e que tu reçois bien les mails et qu'ils t'arrive au moment où tu les as programmés.



P.R.I.M.E.

Programme C.I.M.E.

Canalisation Intuition Mission et Expertise

- Vérifier ton tunnel sur ton téléphone portable pour être sûr.e que le mode Responsive soit bon.
- Faire vérifier ton tunnel par une autre personne pour la correction de l'orthographe ainsi que le fonctionnement global et la fluidité des pages.



Publicité Facebook: Création de ton Pixel

Le **Pixel Facebook** est un **code** que tu mettras sur ton tunnel et qui te permettra :

- de savoir quelles sont les publicités qui fonctionnent le mieux.
- de connaître le nombre d'inscriptions par Publicité
- de connaître le nombre de vente que t'a rapporté chaque publicité.

Pour ça, tu vas créer un "**business Manager**" qui est spécial pour les entreprises.

Création de ton Business Manager

1. Création de ton compte publicitaire

Tu vas taper dans ta barre de recherche Google: business.facebook.com

Tu cliques sur créer un nouveau compte

Tu te connectes avec les identifiants de ton compte facebook habituel.

Tu remplis les 2 Popups concernant ton entreprise.



P.R.I.M.E.

Programme C.I.M.E.

Canalisation Intuition Mission et Expertise

Sur la nouvelle page, tu cliques sur "**Paramètre de l'entreprise**" là où il y a marqué "aucun compte publicitaire", puis sur "Ajouter"

En bas du Popup, tu cliques sur "Créer un compte publicitaire". Tu remplis le Popup.

Puis dans le nouveau Popup en cliquant sur "My Business"

Ensuite il faut que tous les boutons deviennent bleus et tu cliques sur ton prénom en haut à droite puis "valider".

2. Tes informations de paiement

Dans le nouveau popup, tu cliques sur ajout des informations de paiement.

Tu vérifies bien que la *devise* est **Euro €** et que le *fuseau horaire* est de **Paris**.

Puis tu choisis tes informations de paiement.

Je te conseille plutôt la **carte bancaire pro** ou le **prélèvement** sur ton compte si tu n'as pas de compte Paypal.

3. Création de ton nom De Domaine

Pour cela, il faut que tu ailles dans les "paramètres d'entreprise", dans la colonne de gauche, tu cliques sur "Page" puis sur "Ajouter" qui se trouve au milieu de la page. Et tu ajoutes **le nom** ou **l'URL** de ta page pro.

Tu fais la même chose pour ajouter ton compte Pro Instagram, ainsi que ton compte Pro WhatsApp.

Tu retournes dans les paramètres d'entreprises et dans la colonne de gauche, tu cliques sur "Brand safety" puis sur "domaine".

Dans le milieu de la page, tu cliques sur ajouter (en bleu) et tu entres ton nom de domaine puis "ajouter".

Le nom de domaine peut prendre jusqu'à une semaine pour être validé.

4. Récupérer ton Pixel Facebook

Une fois ton domaine activé, tu vas récupérer ton pixel sur FB.



Attention, quand tu récupères ton pixel FB, il faut le **garder précieusement** sur un document word ou PDF pour l'avoir à ta disposition quand tu en auras besoin.

Pour récupérer ton pixel FB, tu vas dans ton **Business Manager**.

Ensuite tu vas dans "**Paramètre d'entreprise**" puis dans sources de données un peu plus bas dans la colonne de gauche.

Puis dans **Pixel**, sur la colonne du milieu en haut, tu cliques sur "Ajouter" en bleu, tu entres le nom de ton pixel puis l'adresse de ton site,.

Tu cliques sur "continuer", puis sur "**configurer le pixel maintenant**"

Et sur "ajouter manuellement le pixel".

Puis tu copies le code qu'il y a sur la page suivante et **surtout tu le gardes pour ne pas le perdre.**

C'est ton **identifiant Facebook** qui te permettra de savoir si une publicité fonctionne correctement ou si tu dois la supprimer.

Tu vas installer ce code sur chaque page de ton/tes tunnels et de ton site ou pages de sites.

5. CODES pour avoir des informations supplémentaires sur tes Pub

Si tu veux savoir jusqu'où a été chaque visiteur dans ton tunnel, tu vas devoir **installer des codes** supplémentaires.

Ils te permettront de savoir si ce sont des leads, des personnes qui ont visité la page de commande, ou des personnes qui ont acheté.

Voici ces Codes :

Inscription LEAD

```
<script>  
  fbq('track', 'Lead');  
</script>
```



P.R.I.M.E.

Programme C.I.M.E.

Canalisation Intuition Mission et Expertise

Vue de la PAGE DE COMMANDE

```
<script>
  fbq('track', 'InitiateCheckout');
</script>
```

COMMANDE VALIDE

```
<script>
  fbq('track', 'Purchase', {
    value: 738,
    currency: 'EUR',
  });
</script>
```

ATTENTION

= > le chiffre **738** dans le code au-dessus correspond au **prix de ton produit**, il faut donc que tu indiques le **montant de TON produit à la place de 738**.

= > Surtout, il faut bien que tu gardes le code complet, sinon il ne fonctionnera pas.

6. Comment intégrer tes codes pixel sur Larny Box ?

Tu vas sur la première page de ton tunnel, en bas du Popup avec les différents éléments, il y a un chapitre "code", tu fais glisser l'élément "HTML" en bas de ta première page.

Tu cliques sur "éditer" et tu colles le pixel que tu as copié chez facebook.

Puis tu valides et tu sauvegardes en bas du popup.

Cette opération doit se faire **sur toutes les pages de ton tunnel et de ton site**, cela aidera Facebook à connaître le profil des personnes qui visitent ton site et donc des clients potentiels.

- Sur la **page de confirmation d'inscription** où tu donnes le PDF, en plus de marquer le code pixel, tu ajoutes en dessous, le **code inscription lead** :

```
<script>
  fbq('track', 'Lead');
</script>
```

- Sur la page du **bon de commande** en plus de marquer le code pixel, tu ajoutes en dessous, le code **Vue de la PAGE DE COMMANDE** :



P.R.I.M.E.

Programme C.I.M.E.

Canalisation Intuition Mission et Expertise

```
<script>
  fbq('track', 'InitiateCheckout');
</script>
```

- Sur la page de **confirmation de commande** (une fois que la vente est réalisée) en plus de marquer le code pixel, tu ajoutes en dessous, le code **COMMANDE VALIDE** : *sans oublier de remplacer le 738 par le montant de ton produit.*

```
<script>
  fbq('track', 'Purchase', {
    value: 738,
    currency: 'EUR',
  });
</script>
```

Publicité Facebook: Campagne/ ensemble de pub / publicité



1. Campagne Facebook

Maintenant que ton pixel est installé, tu vas pouvoir créer ta **première publicité** sur Facebook.

Voici comment procéder :

Quand tu es dans ton **Business Manager**, tu cliques sur "**gestionnaires de publicité**".

Tu vas dans "**Campagne**" dans l'onglet au milieu de ton écran et tu cliques sur "**créer**".

Dans le popup en haut, type d'achat, tu règles sur "**enchères**".

Dans la colonne de droite tu cliques sur "**conversion**" et sur "continuer".

Nom de la campagne: nom du tunnel ou formation / public ciblé (ex: méditation,,développement personnel...)



P.R.I.M.E.

Programme C.I.M.E.

Canalisation Intuition Mission et Expertise

Dans le **bloc détail de la campagne**, tu cliques sur "**afficher plus d'option**" en bleu.
Modifier - > Limite de dépense campagne .

Dans le bloc, tu indiques le budget journalier que tu ne veux pas dépasser par tranche de 3 € (donc 3, 6, 9 ou 12€/jour).

Puis, tu cliques sur "suivant" en bas à droite.

Pour quoi il n'est pas utile de gonfler le budget **au début** ?

Parce que tu vas créer d'autres campagnes identiques à celle-là mais tu cibleras un autre public (par ex: psychologie, burn out ...)

Mais aussi comme Facebook ne te connaît pas, il lui faut le temps d'apprendre à connaître tes prospect et client

2. Ensemble de pub

Voici comment créer "l'ensemble de publicité".

Tu vas le **nommer** de la manière suivante: nom de la campagne + les détails du public que tu cibles H ou F (homme ou Femme) âge, nom de l'image que tu utilises pour ta publicité.

- **Dans le bloc "conversion"**, tu cliques sur pixel et tu choisis le numéro du pixel que tu as mis sur ton site et tunnel.

Dans la colonne "budget et calendrier", tu règles sur : budget quotidien et 3€.
Fb dépensera alors en moyenne 3€/jour pour cet ensemble de publicité.

Tu choisis ta date de début.

- **Dans le bloc "audience"**, c'est là que tu vas définir exactement le *profil de personne* que tu recherches.

— Le public visé

Si tu choisis des personnes francophones, tu vas cibler la France, Suisse, Belgique, Québec, Luxembourg.

Si tu choisis un public dans un lieu particulier, sous la carte, tu cliques sur "Faire un ajout groupé de lieux"



P.R.I.M.E.

Programme C.I.M.E.

Canalisation Intuition Mission et Expertise

– le lieu visé

Et là, tu peux choisir **les villes, les régions** où tu souhaites travailler, mais tu peux également choisir jusqu'à 80 km autour d'un point que tu positionneras toi-même.

Pour ça, il te suffit de cliquer sur "déplacer le repère" en bas à droite de la carte et de positionner le repère là où tu le souhaites.

Au dessus de la carte, s'affiche le lieu en coordonnée GPS de là où se trouve ton point, tu peux régler le nombre de km (de 0 à 80) autour du lieu que tu as choisi en cliquant sur la petite flèche descendante à droite du nombre de km et en réglant le bouton.

– l'âge et le genre visés

Ensuite tu règles l'âge et le genre de ton avatar.

– Ciblage avancés

Dans les ciblage avancés, tu écris le public que tu souhaite viser, par exemple des personnes intéressées par le burn out et Facebook te proposera d'autre ciblage en correspondance.

– Définition de ton Audience

Dans la définition de l'audience à droite de l'écran, il faut que :

⑩ l'aiguille soit dans le **vert**

⑩ tu aies une audience estimée à 1 million de personnes avec une marge de plus ou moins 200 000 milles personnes.

Donc si ton ciblage est trop petit, il faut en ajouter pour arriver à 1 million.

IMPORTANT: en dessous tu as l'extension du ciblage avancé, il est important que la case soit décochée pour recevoir les prospects les plus qualifiés.

- **Dans le bloc placement,** c'est à toi de choisir ce qui correspond à ton public et ce qu'il fréquente le plus.

Puis tu cliques sur „suivant“ en bas à droite de la page

Si une publicité fonctionne bien et que tu souhaites la dupliquer, je t'invite à dupliquer avec l'ensemble de publicité pour en gérer le budget.

3. Publicité

Le nom de la publicité doit être identique à l'ensemble de pub correspondant!

Dans le bloc « Identité », tu affiches le nom de ta pages Face book et instagram.

Dans le bloc « Configuration » de la publicité : tu choisis „image et vidéo unique“

Dans le bloc « Contenu publicitaire » : tu cliques sur „ajouter un multi media“ et tu ajoutes une photo qui doit exprimer quelque chose ou ta vidéo.

Ecriture du texte de la Publicité

Dans « texte principal », tu écris en suivant cette trame:

1. Poser une question positive dont la réponse est oui et qui s'adresse spécifiquement à ton audience (surtout pas de question général)
2. Ecrire une ou deux phrases de connexion pour créer un lien avec le prospect en terminant par une découverte/solution (je sais ce qu'elle vit parce que moi-même j'ai été dans cette situation ou parce que je travaille avec des gens qui vivent cette situation)
3. La temporalité (créer de l'urgence), aujourd'hui, en ce moment, cette semaine, jusqu'à telle date. Pour les offres qui tournent à l'année, dire: en ce moment
4. La nature du cadeau avec la dénomination labellisé (PDF, vidéo...). Le label permet de te faire sortir du lot + Donner le bénéfice du cadeau
5. Faire un appel à l'action sous forme d'ordre « Cliquez maintenant sur le lien ci-dessous »
6. Mettre le lien URL vers ta page d'inscription de ton tunnel.
7. Ecrire le titre de l'annonce (nature du cadeau ; vidéo PDF...) en crochet][, mettre le nom du cadeau et le bénéfice principal du cadeau
8. Marquer la description incomplète du cadeau qui se termine par trois petits points

Call to action

Tu choisis ce qui te convient le mieux parmi les propositions de Facebook.

Et dans **le bloc destination** : tu entres le lien URL de la page d'accueil de ton tunnel (le même lien que celui que tu as mis dans la description).

Si tu es prêt.e à diffuser ton annonce, tu cliques sur „publier“ en bas à droite.

Info pour optimiser tes pubs.

Dans un premier temps, je t'invite à créer 2 ou 3 campagnes de publicité différentes avec bien sûr des cibles différentes pour 6 euros de budget chacune.

Ce qui veut dire 6 € /jour et par campagne!

Ce qui fait 18 euros par jour. Donc 180€ pour 10 jours.

Si ce budget est trop conséquent pour toi, tu peux le diminuer par multiples de 3 pour avoir des ensembles de publicité à 3 € car c'est le meilleur prix pour les optimiser.

Si un ensemble de publicité fonctionne bien (que tu paies le lead moins de 50cts, tu peux dupliquer ton ensemble de pub sans toucher au réglage).

Réglage des Statistiques Facebook

Maintenant, tu vas régler tes statistiques sur Facebook en cliquant sur la case „colonne“ qui se trouve sous la case „publicité“ à droite de l'écran.

En bas de la colonne, tu cliques sur „personnalisé les colonnes

Puis dans le nouveau popup dans la colonne de gauche tu cliques sur „clics“ puis tu coches les cases suivantes:

Clics sur un lien

CTR (taux de clics sur un lien)

CTR uniques

CPC (coût par clic sur un lien)

Événement standard:

Achat - > tu coches tous

Prospect - > coche la case total et coût

ROAS des achats

Vue de page de destination: - > coche la case total, coût , coût unique

Colonne de gauche dans les „paramètres“ - > objectif budget et calendrier, tu coches budget



P.R.I.M.E.

Programme C.I.M.E.

Canalisation Intuition Mission et Expertise

Puis sous la colonne de gauche, tout en bas du popup, tu coches la case « enregistrer » comme prédéfinie et tu indiques le nom que tu souhaites par exemple „info pro“ et tu cliques sur „appliquer en bas à droite en bleu.

Connaître le coût de ses leads

Pour connaître le coût de tes leads, tu vas dans le gestionnaire de publicité , tu cliques sur „campagne“ .

Tu choisis la campagne que tu désires en cochant la case en face du nom de la campagne et tu cliques sur ensemble de publicité.

Tu règles la date du début de ta campagne jusqu'au jour J et et tu vois le prix du lead !

Evaluation de ta publicité

Il faut regarder tes publicités tous **les 2 jours**, pour vérifier que les prix ne s'envolent pas.

Si c'est le cas et que tu as plusieurs ensemble de publicité, tu dupliques celui qui fonctionne le mieux et tu supprimes celles qui ont un coût trop élevé.

Dans un premier temps, l'algorithme de facebook ne te connaît pas donc il est possible que tu paies tes leads 1,5€.

Tu peux laisser faire pendant quelques temps (1 ou 2 semaines). Puis tu descends le prix à 1 € par leads en sélectionnant les pubs qui fonctionnent bien et en les dupliquant.

Le prix des leads varie en fonction de ta niche et de la période de l'année.



Entretien des contacts

Pour que les leads ne t'oublie pas, tu vas leur envoyer un **mail** une fois par semaine ou tous les 2 semaines maximum en leur donnant du contenu qui va pouvoir les aider.

Tu peux le faire par vidéo dans le mail ou uniquement par texte.
Et tu postes ce contenu sur les 2 principaux réseaux sociaux que tu as choisis.

Quand tu as récupéré 150 à 200 leads, tu peux leur proposer ton webinaire.

Pourquoi, il faut attendre 150 à 200 leads ?

Et bien parce qu'il y aura que 20 à 35% de tes leads qui vont s'inscrire au webinaire!

Tu as leur mail, donc il est possible qu'au fur et à mesure de ta relation avec eux par l'envoi de contenu gratuit qui les intéresse, au bout d'un certain temps, ils t'achètent quelques chose, c'est pour ça qu'il faut les garder.

Dans un premier tps, si le prix de ta formation est supérieur à 1000 €, je t'invite à le baisser pour commencer à moins de 1000 €.

Il vaut mieux commencer plus bas et augmenter au fur et mesure, plutôt que faire un produit élevé, mais qui se vend plus difficilement.

Si tu as besoin tu peux diminuer un peu certain module ou accompagnement.

Étude de marché



Quand tu as au moins 30 à 40 réponses à ton sondage, tu vas trier tous les résultats sur un doc Word ou Excel pour connaître les réponses qui reviennent le plus souvent.

Tu dois te servir de ces réponses pour savoir ce **que veut ton prospect**, ce qu'il recherche exactement et quelle est sa souffrance.

En fonction des réponses que tu auras, tu sauras les sujets à aborder dans ton webinaire



P.R.I.M.E.

Programme C.I.M.E.

Canalisation Intuition Mission et Expertise

et le thèmes des modules de ta formation.