

10 RAISONS

Qui empêchent ta pub FB
de performer !

Et quelques pistes de solutions !



Les Zabonnés



1

Texte ou visuel pas assez accrocheur

Une erreur que je vois souvent c'est que les gens mettent le **même contenu visuel et texte que leur publication. STOP tout de suite !** Sur vos réseaux sociaux, les gens vous suivent et sont déjà conquies, cependant avec une pub, on essaie d'interrompre le « scrolling » des gens pour leur parler de ton service ou produit. On a une fraction de seconde pour attirer leur attention et leur intérêt. Ça prend une image forte et une première ligne de texte aussi très punchée – car on ne voit que la première phrase avant de cliquer (en savoir plus) et ouvrir le texte au complet. En marketing on appelle même cette phrase une accroche, car **on doit accrocher le regard de ton interlocuteur assez rapidement pour l'arrêter et l'intéresser à lire et regarder ton offre.**



2

Une plateforme mal montée

Si ta plateforme n'est pas bien montée, ça affecte directement tes campagnes publicitaires.

Voici ce qu'il faut vérifier pour s'assurer que tout roule comme il faut :

- Accès bien donnés : Assure-toi que tu as bien configuré tous les accès nécessaires.
- Sécurité activée : La sécurité de ton compte est cruciale pour éviter tout problème.
- Informations du compte complètes : Remplis toutes les infos demandées par Facebook.
- Liens entre les composantes bien faits : Que tout soit bien relié entre ton gestionnaire de publicités et ton site web.
- Pixel et API de conversion installés : Vérifie que le Pixel et l'API sont bien installés sur ton site web et tes pages de vente.
- Nom de domaine vérifié : Assure-toi que ton nom de domaine est bien vérifié par Facebook.
- Audiences bien créées : Ne néglige pas la création de tes audiences.

3

Pixel mal installé

Le Pixel Facebook est ton meilleur allié, mais il ne suffit pas de le créer : il faut bien l'installer et vérifier que tout fonctionne comme il faut.

● **Installation du Pixel** : Vérifie que ton Pixel est bien relié à ton gestionnaire de pub et que c'est le bon !

● **API de conversion** : Cette technologie te permet de suivre avec plus de précision les actions sur ton site, même celles des utilisateurs qui refusent d'être "trackés." Elle est indispensable pour certains objectifs de campagnes plus poussés.

Astuce : Installe l'extension *Meta Pixel Helper* sur *Google Chrome*, c'est gratuit et super utile pour vérifier si le Pixel est bien installé sur ton site (ou tout autre site que tu visites). Et, petit fun fact, une fois qu'un Pixel est créé, il reste là pour toujours, comme un ami timide qui ne veut jamais partir !



4

Objectif mal choisi

Facebook Ads fonctionne grâce à l'intelligence artificielle, et, si tu ne choisis pas le bon objectif de campagne, tes résultats vont être à côté de la plaque. Imagine, tu veux manger de l'indien, mais tu commandes de l'italien... ne sois pas surpris de te retrouver avec une pizza au lieu de ton curry préféré !

Astuce : Ton objectif doit être aligné avec celui que tu as défini pour ta campagne. Par exemple, si tu veux des conversions, mais que tu choisis un objectif de visibilité, ne t'attends pas à voir une avalanche de ventes !



5

Audience mal construite

Tu pourrais avoir le meilleur produit du monde, si tu ne t'adresses pas aux bonnes personnes, c'est perdu d'avance. Si tes audiences sont mal construites ou trop larges, tes campagnes risquent de patiner.

● **Audiences précises** : Prends le temps de bien segmenter ton audience. Par exemple, si tu fais une promo, exclu ceux qui ont déjà acheté ton produit récemment.

● **Budget réaliste** : Avec 5 \$ pour couvrir l'Amérique et l'Europe francophone, ta pub risque de s'épuiser rapidement. Il faut un équilibre entre le budget et l'audience.



6

7

8

9

6-Ne pas faire de campagne de test pour savoir ce qui marche vraiment doit être optimisé

7-Commencer avec une campagne de vente sans avoir réchauffé l'audience

8-Pas de modification et d'optimisation pendant la campagne

9-Ne pas connaître toutes les possibilités de combinaison pour créer des ensembles de publicités qui performant.



L'événement de conversion n'est pas créé ou mal choisi

Créer un événement de conversion sur tes pages d'atterrissage va aider grandement la pub à performer, mais encore faut-il que cet événement soit bien choisi en fonction des résultats que ton Pixel te rapporte.

Si je parle chinois, voici une simple explication : un événement de conversion pourrait être de focaliser sur les gens qui ont terminé l'inscription.

Créer cet événement = dire à FB, trouve-moi des gens qui vont avoir le même comportement que ceux qui ont terminé l'inscription sur ma page.

Par contre, si tu n'as pas eu d'inscription par le passé, possiblement que tu n'aides pas l'algorithme à performer en lui demandant de trouver des gens qui ressemble à un groupe pour lequel tu n'as AUCUNE donnée.

Tu vois où je veux aller ? Donc, il serait plus sage de commencer la pub avec un élément de conversion « plus haut » dans le tunnel de vente pour lequel tu as de l'information rapportée par ton pixel. Tu pourrais alors demander à FB de focaliser sur les gens qui voient ta page de capture, par exemple. **Ainsi tu aides le robot à aider ta pub à mieux performer.**



Résumé

Meta est une bibite compliquée qui ne te dit pas tout ! Une simple case de cocher ou non peut changer la donne. **C'est un peu comme un amoureux qui veut que tu devines ce qu'il pense et ne te dit pas tout !** Et je ne parle même pas ici des nombreux bogues et changements de la plateforme !

Quelques pistes de solutions

Si tes publicités Facebook ne fonctionnent pas comme prévu, voici quelques solutions pratiques que tu peux mettre en place dès maintenant pour mieux contrôler tes campagnes et améliorer tes résultats :

- **Passe en mode manuel :** En utilisant le mode manuel, tu as un meilleur contrôle sur tes dépenses et tu peux ajuster ton budget comme tu le souhaites. FB fera tout en son pouvoir pour te « forcer » à prendre ses modes manuels, car c'est plus payant pour eux. Parfois, il faut creuser loin pour retrouver l'accès au mode manuel.
- **Ajuste le budget pendant la campagne :** n'hésite pas à déplacer ton budget du niveau campagne au niveau des ensembles de publicité. Cela te permet d'allouer plus de ressources aux ensembles que tu souhaites pousser.
- **Mise sur plusieurs titres accrocheurs :** Teste différents titres percutants pour capter l'attention de ton audience. Varie tes accroches pour voir ce qui fonctionne le mieux.
- **Utilise des miniatures qui accrochent :** pour les vidéos, la première image doit donner envie de cliquer. Une bonne miniature est souvent la clé pour attirer l'attention rapidement.
- **Propose des visuels différents :** varie tes créatifs. Donne plusieurs options visuelles pour nourrir différents ensembles de publicités et teste ce qui fonctionne le mieux auprès de ton audience. Et bien sûr, faire des tests pour voir ce qui fonctionne le mieux auprès de chacune des audiences ! N'hésite pas à mettre une certaine publicité à l'arrêt au profit de celles qui fonctionnent mieux.
- **Affine ton ciblage :** utilise des inclusions et des exclusions dans tes audiences pour être plus précis dans tes ciblages. Par exemple, exclure les personnes qui ont récemment acheté ton produit peut éviter de gaspiller ton budget.



Qui suis-je ?

Après 23 années dans l'industrie cinématographique et publicitaire en tant que 1ère assistante-caméra ; j'ai choisi de suivre une nouvelle passion : le marketing numérique.

Je m'appelle Chantal Vary, et ce qui m'anime au quotidien, c'est la communication.

Avec une formation en stratégies et animation des réseaux sociaux et plusieurs formations en publicités, j'ai fondé Les Zabonnés. Mon entreprise offre plusieurs services et se spécialise dans les campagnes de publicité numériques sur diverses plateformes, dont Facebook.

Mon agence se consacre à rendre les publicités Facebook plus efficaces et adaptées aux besoins spécifiques de chaque entreprise. **Et mon plaisir est que tu obtiennes de VRAIS RÉSULTATS pour la tienne ! Et non juste de bonnes statistiques de campagne.**

J'aide mes clients à viser juste et à obtenir des résultats concrets qui feront vraiment la différence.

Envie d'aller plus loin ?

J'offre une **rencontre gratuite de 30 minutes** pour analyser concrètement la structure de ton environnement de publicité Facebook.

Prends RDV