

## CHAPITRE 7 : LA STRATÉGIE D'OPTIMISATION DE VOS COÛTS PUBLICITAIRES ET DE BUDGÉTISATION

Nous allons voir dans ce chapitre comment déterminer et optimiser le coût de vos publicités.

### 1) La définition de votre budget

Dans la rubrique budget, il vous sera proposé différentes fonctionnalités en fonction des campagnes.

Vous allez y définir :

- votre budget quotidien ou mensuel et son orientation : budget uniquement pour les offres commerciales ou en diffusion constante ou les deux
- vos dates de début et de fin de campagne
- l'optimisation pour la diffusion de vos publicités

Il vous faudra définir un budget test pour vos premières campagnes et par la suite allez plus loin quand vous aurez la certitude de cibler correctement vos clients (environ 300 euros minimum étalé sur un mois pour une première campagne).

De cette manière vous saurez quels publicités fonctionnent et aussi quels jours ils fonctionnent.

### **Notre conseil**

Nous vous conseillons de diffuser en continu vos publicités avec un budget régulier minimum par mois (200 à 300 euros minimum par mois) sauf pour les offres commerciales et promotionnelles ponctuelles ou il vous faudra définir une période qui sera plus courte et où il faudra donc utiliser un budget plus important rapidement.

Quel que soit le budget minimum que vous choisissiez, si vous choisissiez de l'augmenter cela ne devra pas se faire d'une façon trop importante d'un coup.

Il faudra que par exemple tout les deux ou trois jours, vous l'augmentiez de 15% à 20% maximum ou de 10% par jour

En effet si vous l'augmentez d'une façon trop importante d'un coup, vous risquez de perturber l'algorithme de Facebook via vis de votre ensemble de publicités ou de votre publicité Facebook.

## Budget et calendrier

Définissez votre budget et quand vos publicités doivent apparaître.

Budget ⓘ Budget quotidien ▼ 20,00 €  
20,00 € EUR

Le montant réel dépensé quotidiennement peut varier. ⓘ

Calendrier ⓘ  Diffusez votre ensemble de publicités en continu à partir d'aujourd'hui  
 Définissez une date de début et de fin

Début

Fin    
(Heure du Pacifique)

⊖ La date de début est dans le passé. ...

[Réinitialisez la date de début à aujourd'hui](#)

Vos publicités seront diffusées pendant 31 jours. Vous ne dépenserez pas plus de 620,00 €.

Optimisation pour la diffusion des publicités ⓘ Conversions ▼

Fenêtre de conversion ⓘ clic à 7 jours ▼

Stratégie d'enchère ⓘ

Coût le plus bas - Obtenez le maximum de conversions pour votre budget

Coût cible - Maintenez un coût moyen par conversion stable à mesure que vous augmentez le budget

par conversion

Basé sur une fenêtre de conversion clic à 7 jours. [En savoir plus](#)

Base de facturation ⓘ Impression

Planification des publicités ⓘ

Diffuser les publicités tout le temps

Diffuser les publicités selon un calendrier

Type de diffusion ⓘ

Standard - Obtenez des résultats tout au long du calendrier que vous avez sélectionné

Accélérée - Utilisez votre budget et obtenez des résultats le plus vite possible

[Masquer les options avancées ▲](#)

## 2) Optimiser la diffusion de vos publicités par le type de campagnes choisie

Après avoir déterminé votre audience client, vos objectifs marketing, votre format de publicité et votre stratégie de diffusion, vous devrez pour la mise en place technique sélectionner dans un premier temps la bonne campagne.

### ==> campagne de conversion

- conversion : ce système vous permettra d'optimiser vos campagnes de conversion à condition que vous aillez installer le pixel de conversion afin de savoir qui a finalement acheté, demandez un devis ou autres

C'est l'option recommandée par Facebook, néanmoins cette option est rattachée à un coup par impression (vues)

A ce titre vous payez donc dès que quelqu'un voit votre publicité, ce qui n'est pas un signe obligatoire de conversion même si les campagnes sont optimisées pour.

- clics sur le lien : cette option vous permettra de payer uniquement lorsqu'une personne clique sur votre lien (CPC)

- impression : votre publicité est diffusée le plus possible (pas adaptée à ce profil de campagne)

- portée unique : la publicité est diffusée une fois par jour maximum à votre cible (non adaptée à cette campagne)

### Notre avis :

Commencer par l'option d'optimisation de « clic sur lien » pour pouvoir mesurer directement sur Facebook les clics menant à votre site.

Par la suite, vous pourrez utiliser l'option de conversion qui vous permettra d'optimiser la campagne pour l'objectif de récupération des coordonnées de vos clients venues sur votre site afin de pouvoir par la suite relancer ce qui n'ont pas encore acheté ou demandé un devis par une campagne de remarketing.

Le pixel que vous aurez installé sur votre site internet devra être en cohérence avec ce que vous souhaitez mesurer.

Optimisation pour la diffusion

Conversions ▼

des publicités ⓘ

✓ **Conversions - recommandé**

Nous diffuserons vos pubs aux bonnes personnes pour vous aider à recevoir le plus de conversions de site web à moindre coût.

Fenêtre de conversion ⓘ

**Clics sur un lien**

Nous diffuserons vos publicités aux bonnes personnes pour vous aider à obtenir le plus de clics sur les liens de votre publicité vers une destination, sur Facebook ou en dehors, au moindre coût.

Montant de l'enchère ⓘ

**Impressions**

Nous diffuserons vos publicités autant de fois que possible.

Ce que vous payez ⓘ

Planification des publicités ⓘ

**Portée unique quotidienne**

Nous diffuserons votre publicité jusqu'à une fois par jour.

==> campagne de type notoriété de la marque

Il vous est proposé :

- notoriété de la maque : permettant de diffuser votre publicité à l'audience la plus susceptible de l'aimer, elle fonctionne au coût pour 1000 impressions (CPM)

- portée : pour diffuser à un plus grand nombre possible qui fonctionne de la même manière mais de façon moins ciblée

**Notre avis :**

Ce type de campagnes ayant pour objectif une diffusion la plus large possible, choisissez l'option notoriété de la marque.

Optimisation pour la diffusion

des publicités ⓘ

Montant de l'enchère ⓘ

Ce que vous payez ⓘ

**Notoriété de la marque ▼**

✓ **Notoriété de la marque - recommandé**

Nous diffuserons vos publicités aux personnes les plus susceptibles de s'y intéresser.

**Portée**

Nous diffuserons vos publicités au nombre maximum de personnes

====> campagne de type portée

- portée : elle vous permet de diffuser la publicité à un nombre maximum de personnes (intéressant pour le volume)

- impression : vous permet de diffuser un nombre le plus important possible de fois votre publicité (intéressant pour la répétition du message)

Elles fonctionnent toutes les deux aux coûts pour 1000 impressions.

**Notre avis :**

Cela dépend si vous votre objectif est qu'un maximum de personnes voyant votre publicité ou si vous préférez répéter le message sur un peu moins de personnes.

Optimisation pour la diffusion

des publicités ⓘ

Limite de fréquence ⓘ

Montant de l'enchère ⓘ

**Portée ▼**

✓ **Portée - recommandé**

Nous diffuserons vos publicités au nombre maximum de personnes

**Impressions**

Nous diffuserons vos publicités autant de fois que possible.

==> campagne de type trafic (acquisition de like)

- clic sur un lien : celle-ci fonctionne au coût par clic (CPC) pour la présentation de votre page

Vous êtes donc débités uniquement lorsqu'une personne clique sur votre publicité et donc que vous avez acquis un like et/ou redirigés vers votre prospect vers une page de votre site internet.

- impression : votre publicité est diffusée le plus possible (pas adaptée à cette campagne) et fonctionne au coût par impression (coût pour 1000 vues)

- portée unique : la publicité est diffusée une fois par jour maximum à votre cible (non adaptée à cette campagne)

**Notre conseil :**

Pour vous assurer une optimisation du budget de vos campagnes, choisissez l'option de clic sur un lien ainsi vous ne payerez uniquement que lorsque vous aurez acquis un like sur votre page.

**Clics sur un lien ▼**

✓ **Clics sur un lien**

Nous diffuserons vos publicités aux bonnes personnes pour vous aider à obtenir le plus de clics sur un lien de votre publicité vers une destination, sur Facebook ou en dehors, au moindre coût.

**Vues de page de destination**

Nous diffuserons vos publicités aux personnes qui sont plus susceptibles de cliquer sur le lien de votre pub et charger le site web ou l'Instant Experience. Pour effectuer un suivi des vues sur votre site web, vous devez avoir installé un pixel.

**Impressions**

Nous diffuserons vos publicités autant de fois que possible.

**Portée unique quotidienne**

● Diffuser les publicités tout le temps

les données du ma



==> campagne de type interaction

- interaction avec la publicité : votre publicité est optimisée pour obtenir des mentions «j'aime», partage et commentaire à partir d'une publicité créée pour être une publication

Elle fonctionne au coût par interaction.

Vous ne payez que lorsque votre publicité a obtenu des "j'aime", des partages ou des commentaires.

Il est aussi possible de choisir le coût par impression (coût par vue).

- impression : votre publicité est diffusée le plus possible (pas adaptée à cette campagne)

- portée unique : la publicité est diffusée une fois par jour maximum à votre cible (non adaptée à cette campagne)

**Notre avis :**

Nous conseillons d'utiliser le coût par interaction qui est l'option la plus efficace dans ce cas et correspondant à quelque chose de concret (un like, un partage , un commentaire).



==> installation d'application :

- installation d'Apple : c'est l'option la plus optimisée pour provoquer l'installation d'une application

Il fonctionne au coût par installation d'apps ou au coût par impression.

- clic pour un lien: votre publicité est optimisée pour générer le plus possible de téléchargements d'application

Elles fonctionnent au coût par clic (CPC) sur votre publicité ou au coût pour 1000 impressions (CPM).



- évènement d'apps : c'est un modèle permettant de diffuser votre application à des personnes susceptibles de faire une action spécifique

Ils fonctionnent au coût par impression.

- vue de vidéos : c'est un choix intéressant si vous parlez de votre application par une vidéo

Celui-ci fonctionne au coût par vue de la vidéo au moins 10 secondes ou au coût par impressions 4.

### Notre avis :

Utiliser l'option d'optimisation «installation d'apps en coût par installation d'apps» ou « clic sur un lien» pour vous assurer de ne payer que si une action est faite.

Optimisation pour la diffusion

des publicités

Montant de l'enchère

Ce que vous payez

Planification des publicités

Type de diffusion

Clics sur un lien ▼

Taille d

#### Installations d'apps - recommandé

Nous diffuserons vos publicités aux bonnes personnes pour vous aider à obtenir le plus d'installations d'app au meilleur prix.

#### ✓ Clics sur un lien

Nous diffuserons vos publicités aux bonnes personnes pour vous aider à obtenir le plus de clics sur les liens de votre publicité vers une destination, sur Facebook ou en dehors, au moindre coût.

#### Évènements d'app

Nous diffuserons vos pubs aux personnes les plus

avez sélectionné (recommandé)



### ====> campagnes de vues de vidéos

- vue de vidéos : cette option d'optimisation favorise le visionnage de vos vidéos

Elle fonctionne au coût par 1000 impressions (vue de la vidéo).

- portée unique : la publicité est diffusée une fois par jour maximum

### **Notre conseil**

Utiliser «vue de vidéos» qui est le seul format adapté.

Optimisation pour la diffusion

Vues de vidéos ▾

Restreinte

des publicités ⓘ

#### ✓ Vues de vidéos - recommandé

Nous diffuserons vos publicités aux bonnes personnes pour vous aider à obtenir le plus de vues de plus de 10 secondes au prix le plus bas.

#### Portée unique quotidienne

Nous diffuserons votre publicité jusqu'à une fois par jour.

Montant de l'enchère ⓘ

Ce que vous payez ⓘ

### ====> campagne d'acquisition de prospects

- prospect : cela optimise la publicité afin de vous permettre d'avoir le plus de prospects possibles et fonctionne au coût par impression

### **Notre avis :**

Ce type de campagnes est à éviter, privilégier les campagnes de conversion

Optimisation pour la diffusion des publicités ⓘ

Prospects - Nous montrerons vos publicités aux bonnes personnes pour vous aider à obtenir le plus de prospects.

### 3) L'optimisation de vos audiences avec les enchères manuelles ou automatiques

Pour les campagnes de type « conversion » et « acquisition de likes » Il vous faut ensuite choisir entre le fait de laisser Facebook définir votre enchère automatique ou de la définir vous-même.

Pour la première campagne, nous vous conseillons d'utiliser les enchères automatiques, une fois votre première analyse de campagnes réalisées, vous saurez combien vous coûte concrètement votre premier CPC, CPM moyen.

Pour cela vous devez

#### **Etape 1**

- opter sur l'option « clic sur le lien »

#### Campagnes de conversion



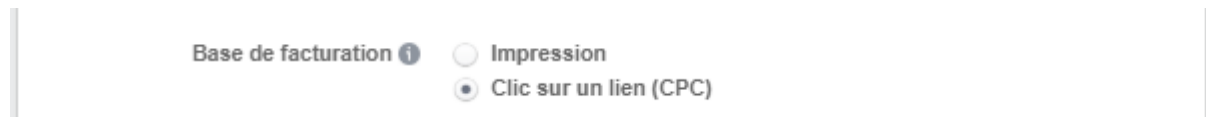
#### Campagnes de likes (trafic)





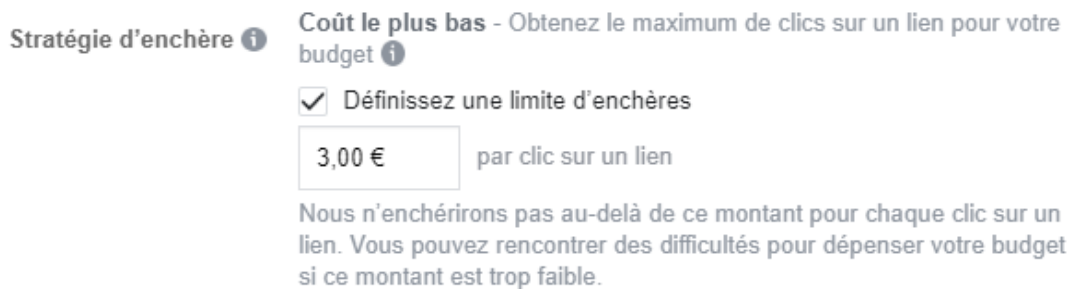
## Etape 2 :

- opter pour la base de facturation « clic sur lien »



## Etape 3 :

- définissez un CPC max correspondant à ce que vous souhaitez dépenser au maximum pour clic sur votre lien



### Remarques :

Suite à votre première campagne vous obtiendrez un CPC moyen pour chaque campagne contenant une audience que vous pouvez choisir de faire évoluer

#### Si vous êtes dans une démarche de prospection local :

Vous pouvez essayer de surenchérir le premier coût que vous avez obtenu (CPC moyen) pour passer devant des concurrents faisant des campagnes sur une zone géographique identique ou plus grande que la votre.

Il vous faudra vérifier que votre campagne soit toujours rentable par avoir augmenté votre coût par clic.

#### Si votre secteur n'est pas concurrentiel

Vous pouvez dans ce cas choisir de mettre un coût par clic inférieur au premier qui vous aura été proposé lors de l'enchère automatique (CPC moyen) pour optimiser les coûts de vos campagnes.

Cela est à faire uniquement lorsque vous êtes sûr de votre audience client et que vous savez que dans l'état actuel, votre publicité est déjà efficace comme expliqué dans le chapitre précédent.

**Vous pourrez ensuite pour les campagnes de conversion garder l'option « clic sur le lien » ou passer à l'option « conversion » qui vous sera facturé au cout par impression (vue) mais qui pourra potentiellement optimiser le nombre de conversion.**

#### 4) La planification des diffusions

Vous pouvez choisir de diffuser vos publicités tout le temps ou sur certaines périodes dans lesquelles vos clients sont susceptibles d'avoir un intérêt pour votre activité.

Lors de vos premières campagnes de test vous pourrez voir sur le gestionnaire de publicité (voir chapitre 8), quels sont les jours et les heures où vos publicités ont fonctionné (le matin et le soir en B to C, plus variable en B to B par exemple).

Une fois ces premières données recueillies, vous pourrez les appliquer sur la campagne régulière que vous mettrez en place.

Cette option n'existe pas sur tous les formats

- Planification des publicités ⓘ
- Diffuser les publicités tout le temps
  - Diffuser les publicités selon un calendrier

#### 5) Diffusion de vos publications

Vous pouvez choisir de diffuser vos publications de manière constante ou accélérée sur les périodes que vous avez définies ci-dessus :

- Type de diffusion ⓘ
- Standard - Montrez vos publicités tout au long du calendrier que vous avez sélectionné (recommandé)
  - Accélérée - Diffusez vos publicités le plus rapidement possible

Dans le chapitre suivant, nous étudierons comment créer des publicités Facebook étape par étape.