

les  
**FOLIWEB**

proposé par : Réussir en  par *afric*  neocamino

# Faites décoller vos ventes avec la publicité en ligne

Avec Byllei Bellili de DaVinci



**DaVinci**

# les FOLIWEB

proposé par : Réussir en  par *afnic*  neocamino

## DES ÉVÉNEMENTS GRATUITS POUR AIDER LES TPE À RÉUSSIR SUR INTERNET



Des ateliers **en présentiel**  
partout en France



Des sessions **en ligne**

**1.**

**Publicité en ligne :  
de quoi parle-t-on ?**

## Vous passerez sans doute par ces outils...



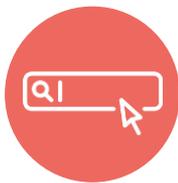
Google Ads



Meta for Business

Parce que **Google est le moteur de recherche n°1** en France (92% du trafic), **Youtube le deuxième site le plus visité** au monde, **Facebook et Instagram** les réseaux les plus utilisés, **Google ads** et **Meta for Business** sont incontournables en matière de publicité numérique.

# Les différents formats



**Search**



**Display**



**Réseaux sociaux**

Zoom sur ces 3 aujourd'hui



**Vidéo**



**Native**



**Programmatique**

# Search : campagnes textuelles précises

The screenshot shows a Google search for "drap housse lin francais". The search bar at the top contains the query and navigation icons. Below the search bar, there are tabs for "Tous", "Shopping", "Images", "Vidéos", "Actualités", and "Plus". The search results are divided into two main sections:

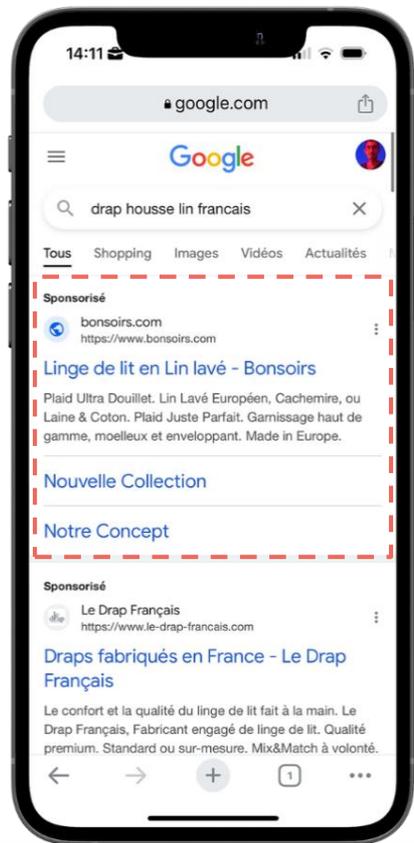
- Résultats naturels (organiques):** This section is enclosed in a red dashed border. It contains four organic search results, each marked as "Sponsorisé".
  - Linvosges:** "Linge De Maison En Lin - Heure d'Été Jusqu'À -40%". Description: "Rendez-vous sur notre site pour profiter de la livraison gratuite dès 90€ d'achat!". Price: "Fête des mères: 40 % de réduction sur 2 articles du site". Address: "78 rue président edouard herriot, Lyon 2eme Arrondissement".
  - landmade.fr:** "Draps housse lin - Fabrication française". Description: "La qualité d'un linge de lit 100% lln sur-mesure. Epaisseur de matelas au choix. C'est du solide. Fait pour durer. On répond au téléphone. L'utilie pas le futile...".
  - Le Drap Français:** "Draps fabriqués en France - Parures 100% françaises". Description: "Le confort et la qualité du linge de lit fait à la main. Le Drap Français, Fabricant engagé de...".
  - Bonsoirs:** "Draps en Lin lavé français - Haut de gamme enfin abordable". Description: "Draps en Lin - 60 nuits d'essai sans engagement - Qualité haut de gamme. Draps en Lin...".
  - Greige.fr:** "Linge de lit Lin Français". Description: "Parure de Lin Lavé Français · Housse de Couette Lin Lavé Français · Drap Housse Lin Lavé Français · Taies d'Oreiller Lin Lavé Français".
- Google Shopping:** This section is enclosed in a blue dashed border. It displays a grid of product listings, each with a "PROMOTION" badge, a product image, the name, price, and seller.
  - Am.pm Drap-housse Lin...:** 45,75 € (6+€), La Redoute, +5,95 € de fr... (801 reviews).
  - Greige - Drap housse Lin la...:** 95,00 € (59€), Greige, +6,90 € de fr... (5 reviews).
  - Drap-housse 2 personnes...:** 35,40 € (59€), Linvosges, +7,50 € de fr... (Yleo).
  - Am.pm Drap-housse Lin...:** 39,65 € (6+€), La Redoute, +5,95 € de fr... (801 reviews).
  - Am.pm Drap-housse Lin...:** 42,70 € (6+€), La Redoute, +5,95 € de fr... (801 reviews).
  - Drap housse lin lavé Salomé...:** 66,32 € (83€), Camif, Livraison grat... (DShop).
  - Am.pm Drap-housse Lin...:** 42,70 € (6+€), La Redoute, +5,95 € de fr... (801 reviews).
  - Drap housse en lin lavé [...]:** 109,00 € (Kipli), Livraison grat... (Yleo).
  - Greige - Drap housse Lin la...:** 125,00 € (Greige), +6,90 € de fr... (Yleo).

Résultats search classiques

Résultats naturels (organiques)

Google Shopping

# Search : campagnes textuelles précises



Les campagnes Search sont des campagnes qui visent à faire remonter une page de son site web sur un ou plusieurs mots-clés.

Les résultats “Sponsorisés” sont placés avant les résultats naturels de la SERP.

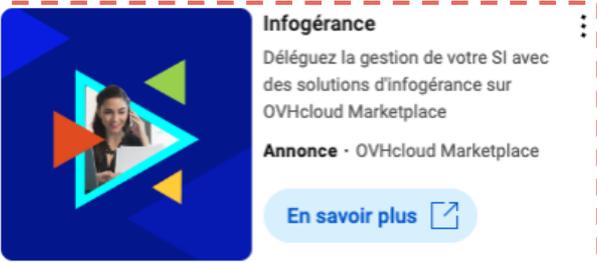
## Pourquoi faire du Search ?

Elles sont **faciles à mettre en place** car il s’agit d’un format simple basé sur du texte et un choix de mots-clés.

Elles permettent de **toucher des internautes qualifiés** pendant leur phase de recherche.

# Display : campagnes visuelles engageantes

Tout Source : Les Duos Impossibles... Coméd >



**Infogérance**  
Délégués la gestion de votre SI avec des solutions d'infogérance sur OVHcloud Marketplace  
Annonce · OVHcloud Marketplace  
En savoir plus

Tout Source : cirrusmajor Ensemble musical >



Créer une **campagne ads Display** sur Google permet de profiter des espaces publicitaires de Youtube, Gmail, Blogger et de milliers de sites web partenaires.



# Display : campagnes visuelles engageantes



## Pourquoi faire du Display ?

Par leur format graphique, les annonces display sont plus percutantes et **accrochent le regard de l'internaute**. Les appels à l'action sont plus visibles et engageants.

Elles permettent de **se démarquer plus facilement de la concurrence**.

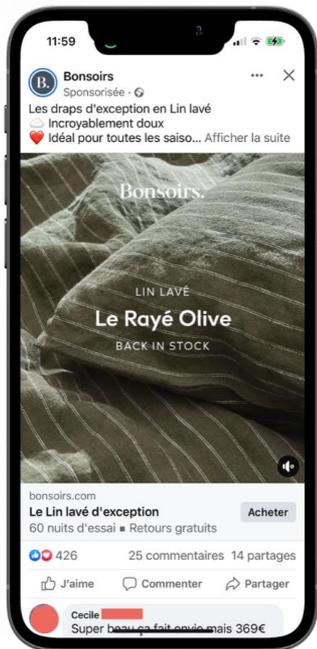
Les campagnes display permettent de **toucher des clients potentiels au-delà des résultats de la SERP**, sur des sites, applications et plateformes partenaires.

## Search ou Display ?



Les deux sont **complémentaires** !

# Réseaux sociaux : toucher la cible dans son quotidien



La publicité sur les réseaux sociaux peut prendre différentes formes...



Photo  
Vidéo  
Stories  
Bannières  
etc.

# Les réseaux sociaux ou plutôt... Meta !



**47 millions d'utilisateurs / mois** en France



**26 millions d'utilisateurs / mois** en France



**39 millions d'utilisateurs / mois** en France

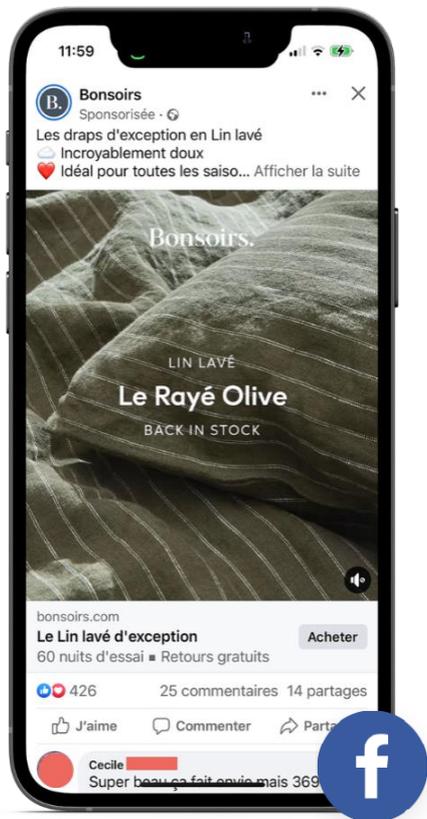


**22 millions d'utilisateurs / mois** en France

“Les applications du groupe Meta apparaissent **en tête de podium des médias sociaux « préférés » dans le monde** : WhatsApp (16,1 %), Facebook (14,6 %), Instagram (14,5 %)”

source : [blogdumoderateur.com](http://blogdumoderateur.com) + Etude 2022 © We Are Social / Hootsuite

# Quelques formats Facebook ads...



**Publicité dans le fil d'actualité :** les annonces apparaissent dans le fil d'actualité des utilisateurs, sur ordinateur ou sur mobile.

**Publicité sur la colonne de droite :** les annonces apparaissent dans la colonne de droite de la page Facebook sur ordinateur.

**Publicité sur les vidéos en direct :** les annonces apparaissent dans les vidéos en direct sur Facebook.

**Publicité sur les stories :** les annonces apparaissent dans les stories des utilisateurs sur Facebook.

**Publicité sur Messenger :** les annonces apparaissent dans la boîte de réception de Messenger.

# Formats de publicité Facebook ads

Marketplace

Recherchez dans Marketplace

- Tout parcourir
- Notifications
- Mes achats
- Mes ventes

+ Ajouter un article

Filtres  
Paris · Dans un rayon de 65 kilomètres

**Sponsorisée**

**Mobilier de salon**

Voir tout ...

**"Ce Diagnostic Qualité Vous Permet D'obtenir Qualiopi Avant La Nouvelle Réforme"**

Leandro Lozahic  
"Cliquez Ici Pour Reserver Un Diagnostic Qualiopi"

50 €  
Table Basse  
Paris, Île-de-France

5 €  
Ancienne table basse  
Meaux, Île-de-France

De nombreux formats disponibles !

**Sponsorisé**

**OSEZ EXPLORER LES MATIÈRES.**

Adobe Photoshop  
adobe.com

Essayez Taboola et améliorez vos résultats >>

taboola.com

Vos Pages et profils

**Sponsorisée**

Flavien Costello  
CALENDRIER DE CONTENU 4,9/5

Contactez le vendeur

En savoir plus sur l'achat auprès de consommateurs sur Facebook

Google Ads

Attirez des clients en ligne avec Google Ads. Débutez avec un avoir publicitaire de 400 €

Google Ads

Dépensez 400 € et recevez 400 € en avoir publicitaire

ADS.GOOGLE.COM  
Dépensez 400 € et recevez 400 € en avoir publicitaire  
Pour vous aider à démarrer avec Google Ads, nous vous offrons 400 €...

J'aime Commenter Partager

# Quelques formats Instagram ads...



**Publicité dans le fil d'actualité** : les annonces apparaissent dans le fil d'actualité des utilisateurs d'Instagram.

**Publicité sur les stories** : les annonces apparaissent dans les stories des utilisateurs d'Instagram.

**Publicité sur IGTV** : les annonces apparaissent dans les vidéos IGTV sur Instagram.

**Publicité sur la page Explorer** : les annonces apparaissent sur la page Explorer d'Instagram.

**Publicité sur la boutique Instagram** : les annonces apparaissent dans la boutique Instagram pour les utilisateurs qui achètent des produits sur la plateforme.

# 2.

**Les notions clés pour faire de la  
publicité avec Google ads**

# Google ads est un outil puissant mais complexe

The screenshot displays the Google Ads dashboard in French. At the top, there's a search bar and navigation icons. The main area shows a 'Vue d'ensemble' (Overview) for the last 30 days (April 4 to May 4, 2023). Key metrics are highlighted in a summary box: 59,6 k clicks, 1,07 M impressions, 0,98 € average CPC, and a cost in k€. Below this is a line chart showing the trends for clicks (blue line) and impressions (red line) over time. The bottom section contains three widgets: 'Taux d'optimisation' (Optimization Rate) at 69,2%, 'Plus fortes variations' (Largest Variations) table, and 'Résumé des performances' (Performance Summary) table.

**Vue d'ensemble** 30 derniers jours 5 avr. - 4 mai 2023

**Clés** 59,6 k **Impressions** 1,07 M **CPC moy.** 0,98 € **Coût** k €

**Taux d'optimisation**  
69,2 %  
Votre taux d'optimisation  
Augmentez votre taux en appliquant les recommandations dans ces comptes

Plus fortes variations	
● [Account]	-1 187,06 € (-43,66 %)
● [Account]	+1 056,52 € (+∞)
● [Account]	+989,92 € (+347,73 %)
● [Account]	+920,11 € (+∞)
● [Account]	-851,03 €

Résumé des performances de vos campagnes et groupes de campagnes			
	Coût	Clics	CTR
● [Account]	3 950,50 €	8 472	20,98 %
● [Account]	2 390,57 €	1 722	6,15 %
● [Account]	2 381,88 €	2 682	10,92 %
● [Account]	1 998,74 €	2 793	13,50 %

## Comment ça fonctionne ?

Google veut pousser **les publicités les plus pertinentes** pour ses utilisateurs.



### Mots clés

Termes sur lesquels  
vous souhaitez  
apparaître



### Enchères

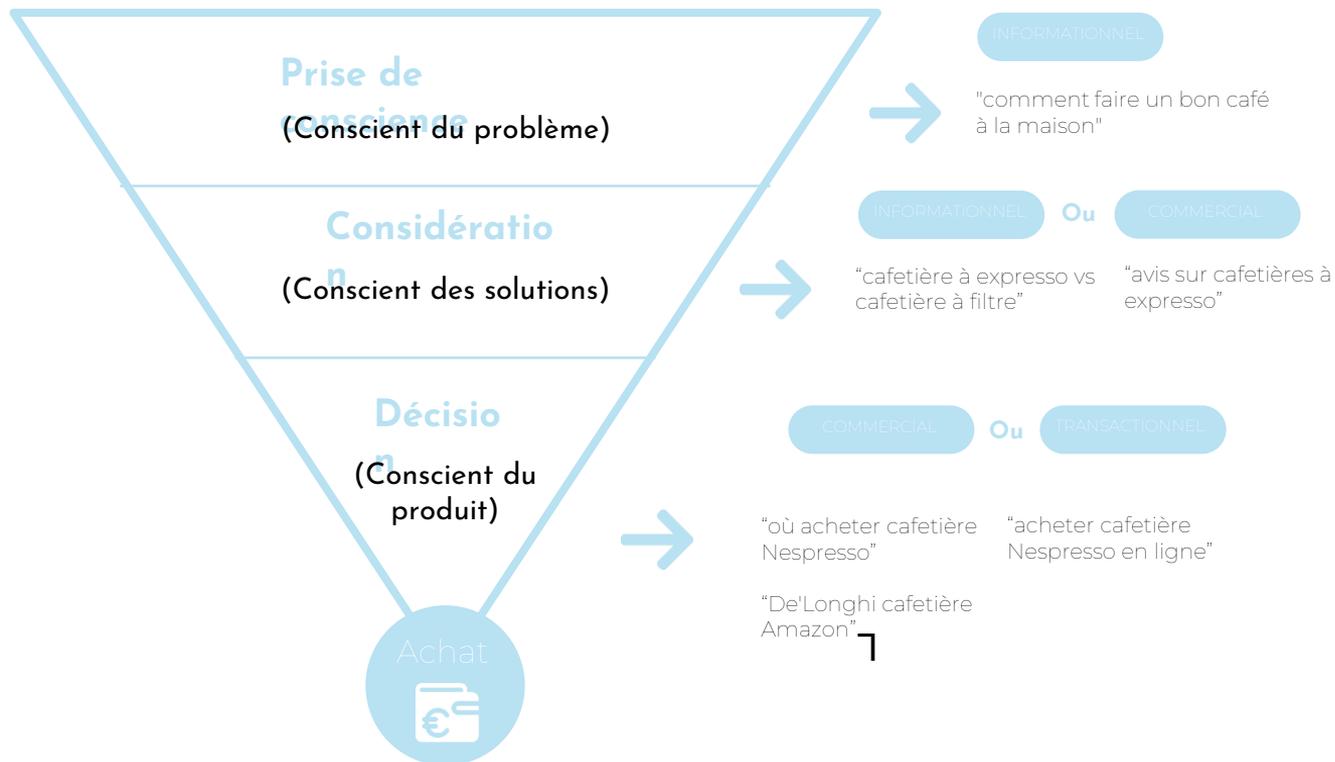
Montant maximum  
que vous êtes  
prêt(e) à payer



### Quality Score

Note attribuée à  
votre publicité par  
Google

# Choisir ses mots-clés pour l'ads ?



# Choisir ses mots-clés avec Keyword planner

<input type="checkbox"/> Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Variation sur trois mois	Variation YoY	Concurrence	d'impressions des annonces
Mots clés que vous avez fournis					
<input type="checkbox"/> formation educateur canin	2900 	+ 24 %	0 %	Moyen	
Idées de mots clés					
<input type="checkbox"/> formation comportementaliste canin	720 	+ 22 %	+ 49 %	Moyen	
<input type="checkbox"/> éducateur canin formation	720 	-18 %	+ 22 %	Moyen	
<input type="checkbox"/> cours d'éducation canine	390 	-19 %	+ 50 %	Faible	
<input type="checkbox"/> ecole educateur canin	390 	-18 %	0 %	Moyen	
<input type="checkbox"/> comportementaliste canin formation	170 	-19 %	+ 21 %	Moyen	
<input type="checkbox"/> formation dresseur canin	170 	0 %	+ 21 %	Moyen	
<input type="checkbox"/> formation educateur canin reconnu par l'état	170 	0 %	-19 %	Moyen	

# Choisir ses mots-clés pour l'ads

Il est possible de **sélectionner** mais aussi d'**exclure des mots-clés** d'une campagne Google ads. L'enjeu est d'apparaître sur les requêtes les plus pertinentes, c'est-à-dire celles qui sont les plus susceptibles de convertir l'internaute.

Enter some words here

devis  
quel  
où trouver  
combien coute  
avis

+ Extra Options

Enter some words here

plombier  
entreprise de plombier  
société de plomberie

Enter some words here

pas cher  
efficace  
pour fuite d'eau  
pour construction neuve  
à Lyon  
69007



108 combinations possible

# Un enjeu : la cohérence du mot-clé par rapport à l'annonce

The image shows a Google search interface with the query "constructeur de maison dans l'ain" in the search bar. Three search results are highlighted with dashed boxes: a blue box for the first result, a yellow box for the second, and a red box for the third. The first result is for "Le Spécialiste dans l'Ain - Constructeur de Maisons - Ain". The second is for "TradiEco Constructeur Maison - Simulez Votre Budget" and includes a small image of a house. The third is for "1er Constructeur en Auvergne - Devis Gratuit" and also includes a small image of a house.

La demande

La réponse

L'approximation

L'erreur

# Zoom sur le score de qualité Google ads

Google s'appuie sur **3 critères principaux** pour déterminer le score de qualité de vos campagnes.



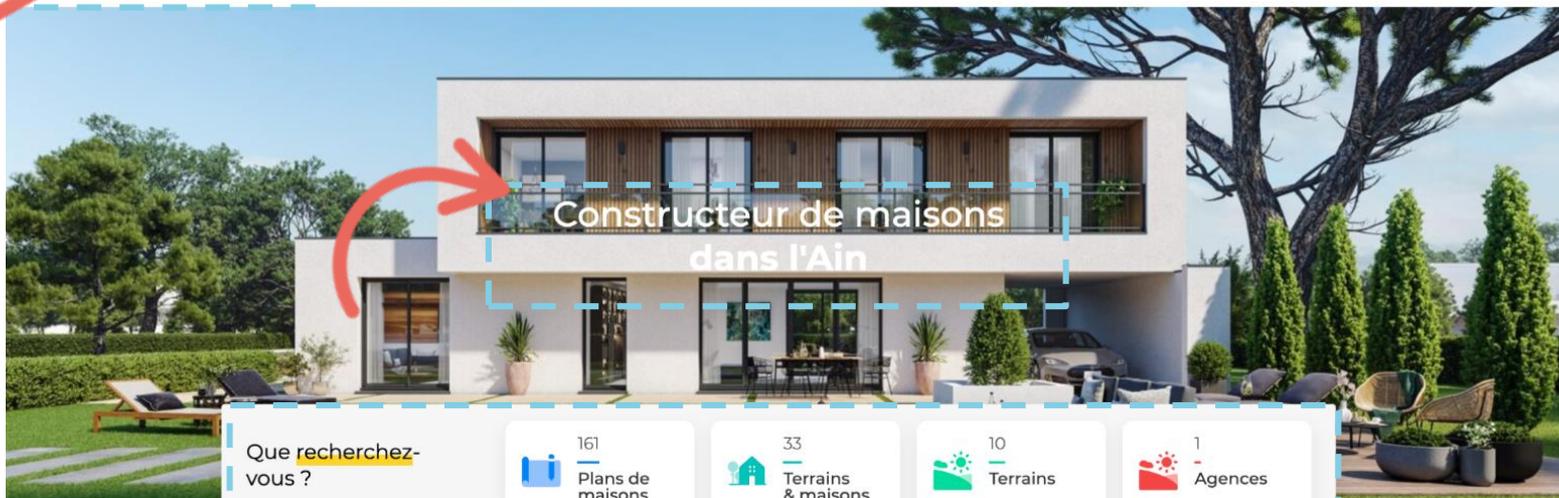
**Pertinence de l'annonce**

**Taux de clic attendu (CTR)**

**Qualité de la page de destination**

Pour améliorer votre score et donc l'efficacité de votre campagne, il est possible de retravailler : vos mots clés, vos annonces, votre site web (page d'atterrissage).

# Cohérence qu'on retrouve sur la page d'atterrissage...



Constructeur de maisons dans l'Ain

Que recherchez-vous ?

 161 Plans de maisons	 33 Terrains & maisons	 10 Terrains	 1 Agences
---	--	--	--

CONSTRUCTIONS MODERNES ET PÉRENNES DANS L'AIN  
UNE RÉGION ACCUEILLANTE

# Les coûts Google Ads



**Coût Par Clic**



**Coût Pour Mille**



**Coût Par Acquisition**



Coût par clic moyen :

Search = **2,43 €**

Display = **0,57 €**

## Enchère et coût par clic maximal



Le **CPC max** correspond au **montant maximal** que vous êtes prêt(e) à payer pour un clic (et donc un prospect/client potentiel).

Les campagnes ads fonctionnent sur un système d'enchères. L'annonceur qui aura **le CPC max le plus élevé sera privilégié**.

Une campagne Google ads pour un plombier sur le mot clé "*plombier lyon 7*" n'aura pas le même impact selon le montant du CPC max.

Plombier A → **CPC max = 15 €**

Plombier B → **CPC max = 40 €**

Le plombier B sera davantage mis en avant dans les résultats de recherche.

Dans ce cas, le plombier B ne paiera pas 40€ par clic mais 15,01€ pour être au-dessus de A.

## Comment répartir votre budget publicitaire ?

Vos dépenses

**80%**  
Prospection

**20%**  
Retargeting

Mais vos résultats viendront...

**80%**  
du Retargeting

**20%**  
de la Prospection

# Attention à ne pas jeter l'argent par les fenêtres !

Pensez **rentabilité** et **retour sur investissement** (ROAS) !

## Que vendez-vous ? À quel prix ?

Chaque clic n'entraîne pas nécessairement une conversion ou une vente.  
Il est important de bien tenir compte de toutes vos dépenses pour ne pas perdre d'argent.



**Fixez toujours un CPC max**, y compris avec les enchères automatiques !

# 3.

**Les bases de la publicité sur  
Facebook et Instagram ads**

# Pourquoi Meta ads ?

## Meta Ads vous permet de :

- Diffuser des publicités auprès d'une audience précise
- Adapter le contenu proposé à votre cible
- Toucher des personnes qui ne vous auraient pas recherché par elles-mêmes
- Faire découvrir votre marque, offre, service ou produit à grande échelle

## Objectif :

- Investir pour une **communication adaptée** à une **audience précise** afin de toucher des **prospects potentiels** que vous n'auriez pas atteints ailleurs

# Le ciblage au coeur de votre stratégie

### Modifier l'audience

Sélectionnez le lieu des personnes que vous voulez toucher avec votre publicité.

**Genre**

Tous Hommes Femmes

**Âge**

27 34

Lorsque vous utilisez un ciblage d'audience comme le genre ou les centres d'intérêt, vous ne pouvez cibler que les personnes de plus de 18 ans.  
[En savoir plus](#)

**Lieux**

Lieux  
Tapez pour ajouter plus de lieux

France

Paris + 20 km Lyon + 17 km Bordeaux + 17 km

**Définition de l'audience**

Votre audience est définie.

Restreinte Vaste

Taille de l'audience estimée : 522,1 K - 614,2 K

Annuler Enregistrer l'audience

Les réseaux du groupe Meta disposent d'une très grande quantité d'informations concernant leurs utilisateurs.

Les outils publicitaires permettent de **cibler des internautes avec une très grande précision.**

### Ciblage avancé

Ciblage avancé  
Recherchez des centres d'intérêt

Écotourisme (voyage et tourisme) Hôtels (hébergement)

Tourisme (industrie)

Données démographiques

Jeunes mariés (6 mois) Jeunes mariés (3 mois)

Pour des fonctionnalités de ciblage avancées, accédez au [Gestionnaire de publicités](#).

Données démographiques Intérêts Comportements

Atteignez les personnes en fonction de leur éducation, emploi, foyer et style de vie. Certaines données ne sont disponibles qu'aux États-Unis.

Formation

Finance

Évènements marquants

Femme entre 27 et 34 ans

Bordeaux + 17 km

Jeunes mariés (6 mois)

Écotourisme (voyage et tourisme)

# Définir vos objectifs publicitaires

## Meta for Business

 <b>Créer un test A/B</b> ⓘ <i>Recommandé</i>	 <b>Booster une publication ou un reel Instagram</b> <i>Recommandé</i>	 <b>Inciter plus de monde à vous contacter</b>	 <b>Promouvoir votre Page</b>	 <b>Promouvoir votre entreprise au niveau local</b>	 <b>Bien démarrer avec les publicités automatisées</b> <i>Diffusez des publicités personnalisées qui s'ajustent avec le temps pour vous aider à obtenir de meilleurs résultats.</i>
 <b>Attirer plus de visiteurs sur votre site web</b>	 <b>Booster une publication</b>	 <b>Obtenir plus de prospects</b>	 <b>Recevoir plus de messages</b>		

## Zoom sur le reciblage (*retargeting*)

Le retargeting vous permet de toucher quelqu'un qui est déjà venu sur votre site web (donc qui vous connaît) pour l'inciter à passer à l'action.



**Toucher une audience qui vous connaît déjà.**



**Personnaliser vos publicités automatiquement.**  
(Publicités dynamiques)



**Fidéliser vos client(e)s et pousser au réachat.**

# Tout passe par le visuel

Sur Facebook et Instagram, tout passe par l'image contrairement aux recherches Google pour lesquelles l'attention se porte sur les termes utilisés.



**historycube\_**  
Sponsorisé

**Pour la fête des Pères,  
offrez des petits  
morceaux de grandes  
histories.**

Poutre de la Tour-Eiffel  
Fer puddlé, 1889

Acheter

historycube\_ Offrez-lui l'histoire !  
Pour la fête des pères, offrez lui l'histoire... plus  
Voir les 6 commentaires

**wework**  
Sponsorisé

**Jusqu'à 3 mois gratuits\*  
sur votre bureau privé.**

\*Offre soumise à conditions.

wework

Réserver

wework Jusqu'à 3 mois gratuits\* sur un bureau  
privé bien mérité pour votre équipe... plus  
Voir les 2 commentaires

# Les coûts Facebook et Instagram Ads



**Coût Par Clic**

Coût par clic moyen :  
= **1,86 €**



**Coût Pour Mille**

Coût pour mille moyen :  
= **250 €**

## Plusieurs cibles = plusieurs annonces

Il est indispensable de **bien définir à qui s'adresse votre campagne publicitaire**. Avoir plusieurs cibles pour un même produit n'est pas incompatible mais **le format et le contenu des annonces sera sans doute différent**.

Pour quelles raisons ? Le **besoin**, les **valeurs** et la **perception des messages** sont différents.

Vous vendez des jouets artisanaux en bois français pour les enfants sur un site e-commerce. Vous souhaitez promouvoir un jeu de palets en bois auprès de 2 cibles :

1. Des parents
2. Des grands-parents



## Exemple

**Cible 1 - Parents :** Hommes et Femmes entre 30 et 40 ans, parents d'au moins un enfant de 6 à 12 ans, résidant dans une maison en zone péri-urbaine.

Besoin → Trouver un cadeau durable

Valeurs → Sensibles à la cause environnementale. Cherchent des produits durables.

Comportement d'achat → Privilégient les **circuits-courts et les produits fabriqués en France**.

Habitué des sites e-commerce.

**Cible 2 - Grands-parents :** Hommes et Femmes entre 50 et 70 ans, grands-parents d'au moins un enfant de 6 à 12 ans.

Besoin → Faire découvrir un jouet de sa jeunesse à leurs petits enfants.

Valeurs → **Transmission et partage avec la famille.**

Comportement d'achat → Privilégient les produits fabriqués en France. **Méfiance sur les sites de vente en ligne.**

**Ça donnerait 2 visuels et messages totalement différents**

## La seule règle à retenir

**Suivre la performance de vos campagnes et optimiser**

# Et après cet événement Foliweb ?

**1.** Récupérez le support de l'atelier en répondant à notre enquête



**2.** Retrouvez tous **nos bons plans** sur la [ressourcerie](#) Foliweb

**3.** Gardez le contact avec l'intervenant du jour

les **FOLIWEB**

**Ressources utiles**  
participants



# MERCI !

pour vous inscrire aux prochains événements : [www.lesfoliweb.fr](http://www.lesfoliweb.fr)



Remplissez le questionnaire de satisfaction ci dessous !

