Dans cette vidéo je vais vous parler de l'importance de la veille et vous partager quelques bonnes pratiques sur le sujet. En CréaFacebook, comme dans chaque domaine créatif, vous allez être amené à devoir faire de la veille méthodiquement et régulièrement. La veille a deux objectifs. Le premier c'est de se tenir au courant des pratiques du moment sur Facebook. Que ce soit au niveau de vos concurrents ou non, ça n'a pas trop d'importance dans le cadre de la veille. Le second ça va être de constituer votre bibliothèque personnelle. En effet, en parcourant les bibliothèques publicitaires d'autres annonceurs, vous allez être amené à voir des choses qui vous inspirent. Et malheureusement votre cerveau ne pourra pas tout stocker. Il est donc important de télécharger l'ensemble de ces contenus et de les ranger dans votre propre archive d'ads pour pouvoir les utiliser le moment venu. En ce qui concerne la veille, je vous recommande d'en faire en trois niveaux. Le premier ça va être sur vos concurrents. Sans forcément chercher à les copier, ça va vous permettre de savoir à quoi vos ads vont être confrontés. Ça peut également vous aider à prendre des décisions en termes de positionnement. Ensuite, il s'agit de faire une veille sectorielle, c'est-à-dire d'aller voir tout ce qui se passe dans votre secteur d'activité. Si vous êtes une boutique de streetwear par exemple, faire une veille sur la mode permettra d'élargir votre vision. Enfin, aller voir ce que font les grandes marques et les grands annonceurs. Ces dernières ont souvent des armées de marketeurs qui connaissent les bonnes pratiques et qui dépensent des budgets importants, donc on peut imaginer qu'ils ont forcément quelques compétences. L'outil principal lorsqu'on fait de la veille sur Facebook, c'est la bibliothèque publicitaire de Facebook. Ce n'est pas forcément un outil très pratique en termes d'ergonomie. Il y a des techniques pour s'en servir de manière optimale. Cette bibliothèque, ce qu'elle vous permet de faire, c'est d'aller voir toutes les ads qui tournent chez un annonceur. Voilà comment ça se présente. Vous avez une barre de recherche où vous allez pouvoir entrer le nom d'un de vos concurrents. Moi, je vais rentrer la marque Buffy par exemple. Et on se retrouve sur la bibliothèque publicitaire de cette marque. Pour avoir accès aux pubs, il va falloir évidemment jouer avec quelques filtres selon par exemple sa zone de diffusion. Eux par exemple, ils diffusent aux Etats-Unis. Et à partir de là, je vais avoir accès à l'ensemble des publicités qu'ils diffusent sur leur compte publicitaire. Vous pouvez voir la publicité en détail, mais vous n'aurez pas de données en particulier. La seule donnée que vous pouvez exploiter, c'est sa date de début de diffusion. On peut imaginer que si elle tourne depuis par exemple plus de deux mois, c'est que c'est une ad qui marche correctement. Je vous parlais tout à l'heure de télécharger les contenus. Dans la bibliothèque publicitaire, il y a une manière très simple de le faire. Je mets simplement un clic droit sur une ad et je peux aller l'enregistrer. Donc là par exemple, j'ai créé une archive d'ads que j'ai décidé de trier en trois parties selon le format carousel, statique ou vidéo. Dans mon dossier statique, je vois bien l'ad que je viens d'enregistrer. Vous pouvez ranger votre bibliothèque comme ça vous chante, l'organiser selon les formats, selon les durées, selon les thématiques, mais c'est très important que tout soit bien classé pour que vous puissiez vous y retrouver le jour où vous en avez besoin. Le second outil dont je voulais vous parler, c'est Unicorn Ads. Unicorn Ads, c'est un site qui répertorie le top 1 des annonceurs selon leur niche. Donc vous avez le classement des top annonceurs qui est mis par défaut, mais vous pouvez également venir les trier par niche. Donc là par exemple, j'appuie sur Footwear. La première marque sur laquelle je tombe, c'est Allbirds. Et en un seul clic, je peux me retrouver sur la bibliothèque publicitaire de Allbirds. D'ici, je vais pouvoir à nouveau voir l'ensemble des ads qui tournent sur ce compte et télécharger les contenus qui m'intéressent. La troisième ressource dont je voulais vous parler, c'est The Ad Creative Bank. Ce site a deux fonctionnalités qui sont intéressantes. La première, c'est de trier les ads par thématique. Donc là par exemple, on voit Promotion, Produits, Unboxing, Lifestyle. Si par exemple je vais voir les ads Promotion, il me propose derrière un classement par format. Donc là, si je vais vouloir regarder par exemple les images carousel, il va me donner des exemples d'ads carousel qui traitent de promotion. La limite, c'est que c'est moins accessible pour télécharger le contenu, mais ça peut toutefois vous donner des bonnes inspirations. La seconde fonctionnalité, elle se situe au niveau des onglets. Dans l'onglet Top Performing Ads, vous allez retrouver une compilation d'ads qui ont bien marché. Toutefois, vous n'aurez pas la data pour le prouver, mais on peut leur faire confiance. Pour aller plus loin dans votre veille, vous pouvez toujours rejoindre des groupes Facebook. Par exemple, nous Kodak, nous tenons un groupe qui s'appelle les meilleurs créateurs Facebook Ads, que vous pouvez rejoindre gratuitement. Vous pouvez également vous balader simplement sur les réseaux sociaux et enregistrer les ads qui apparaissent dans vos fils d'actualité, et aller voir ultérieurement les bibliothèques publicitaires de ces ads qui ont retenu votre attention. Et vous pouvez aller au-delà de l'inspiration Facebook Ads et aller vous inspirer sur Pinterest, BNs, Dribble. Vous ne retrouverez pas forcément des ads, mais en termes de créativité, vous aurez quelques bons éléments à prendre pour embellir vos propres ads. Voilà, c'est tout pour cette vidéo. Dans la prochaine, nous commencerons à aborder l'élaboration de la stratégie créative.