Dans cette vidéo, on va voir ensemble comment créer des audiences qui vont vous servir pour l'acquisition. Donc là, on va faire ensemble deux audiences similaires, c'est-à-dire des audiences qui vont être créées à partir d'audiences personnalisées avec des personnes qui ont effectué une certaine action sur votre site web ou autre. Je vais commencer par en créer la plus simple possible, c'est-à-dire une audience similaire de 1% sur les visiteurs des 30 derniers jours de ma boutique. Pour ça, je viens sélectionner l'audience visiteur 30 jours que j'ai créée juste avant. Je vais pouvoir ici cliquer sur « Créer une audience similaire ». Je sélectionne 1%. Le 1%, en fait, c'est 1% de la population dans le pays que je cible. Donc là, dans mon cas, c'est la France. En France, il y a à peu près 45-50 millions de personnes qui sont sur Facebook. Donc l'audience de 1%, ça correspond à 490 000 personnes. Alors bien sûr, là, Facebook va sélectionner les personnes qui ont le plus de probabilité de ressembler à ceux qui sont dans l'audience personnalisée, donc à ceux qui ont effectué une visite sur mon site au cours des 30 derniers jours. Plus vous allez élargir le pourcentage, plus vous allez avoir accès à une audience plus large, mais bien sûr, moins vous aurez de similarité par rapport à l'action effectuée initialement, c'est-à-dire dans ce cas-là, la visite sur le site. Pour commencer, je vous conseille toujours de démarrer avec les audiences de 1%. Après, vous pouvez aller élargir ça, surtout quand vous voyez que l'audience n'est pas assez large pour vous permettre d'augmenter votre budget et diffuser à plus de personnes. La deuxième audience va être un peu différente, puisque c'est une audience qu'on va créer à partir d'un fichier client. Donc là, on va d'abord devoir créer l'audience personnalisée. Ici, on va bien sélectionner la liste de clients. Pour ça, dans cette première partie, vous pouvez télécharger un modèle de fichier qui est mis à disposition de la part de Facebook. Vous avez aussi la possibilité d'importer directement depuis Mailchimp si vous utilisez Mailchimp. Moi, dans mon cas, j'ai déjà un fichier CSV que j'ai téléchargé sur mon ordi. Là, il y a un critère qui est important. Vous avez la possibilité d'ajouter la valeur du client pour votre entreprise. Si vous êtes sur une liste dans laquelle vous avez une colonne de votre fichier Excel qui comprend le montant total dépensé par le client, vous pouvez l'ajouter. D'ailleurs, je vous conseille de le faire. En général, c'est quelque chose qui fonctionne bien. Si vous avez des clients parmi votre liste de clients qui dépensent plus que d'autres, donc qui ont une valeur qui est plus importante, vous pouvez demander à Facebook d'essayer de cibler des personnes qui vont avoir le potentiel de dépenser autant que ces clients-là. Pour ça, par contre, il faut pouvoir fournir la valeur. Moi, dans mon cas, je n'ai pas forcément cette valeur dans mon fichier, donc je vais cliquer sur « Non ». Là, vous allez pouvoir télécharger votre fichier. Vous pouvez le renommer, par exemple « Client ». Là, vous allez pouvoir matcher les colonnes de votre fichier Excel avec les différents indicateurs de Facebook. Soit Facebook a tout de suite reconnu de quoi il s'agissait, dans ce cas, il le met dans la catégorie « Mapper ». Soit vous avez une action « Vous » à effectuer pour lui dire « Ok, ça, c'est le prénom, par exemple. » Comme moi, c'est mon cas. Dans ce cas-là, vous pouvez le faire. Quels sont les critères qui sont vraiment importants à avoir dans votre fichier client ? C'est très simple. Il y en a quatre ou cinq. Donc nom, prénom, adresse e-mail, numéro de téléphone, si vous pouvez. Ça permettra à Facebook d'essayer de mieux matcher le profil de la personne avec son compte Facebook. Et enfin, si vous le pouvez, mettez aussi la valeur du client en termes de montant dépensé. Une fois que c'est fait, vous pouvez cliquer sur « Importer et créer ». Du coup, vous attendez que la liste se charge et après, vous avez votre audience personnalisée avec votre listing client. Pour pouvoir utiliser une audience similaire à partir de ce fichier client, il va falloir créer une audience similaire. Vous pouvez le faire tout de suite, ce que Facebook vous propose. Comme tout à l'heure, vous allez pouvoir venir sélectionner le pays et choisir le pourcentage d'audience que vous voulez cibler. Moi, dans mon cas, encore 1%. Là, j'ai mes deux audiences similaires. L'audience similaire de 1% des visiteurs sur 30 jours. Et puis, l'audience similaire de 1% sur l'ensemble de mon fichier client. C'est tout pour cette vidéo. On va se retrouver tout de suite après sur la partie « Comment créer sa première campagne d'acquisition ».