Bienvenue à tous dans la vidéo numéro 4 de ce module. Dans cette vidéo on va un peu suivre ce qu'on avait commencé à faire sur le pixel et on va parler des événements. Donc on va utiliser un nouvel outil qui est sorti assez récemment sur Facebook, vous voyez il y a marqué nouveau sur mon écran, c'est l'outil de mesure agrégée des événements. Alors suite à la mise à jour d'iOS 14 il y a eu pas mal de modifications concernant le tracking sur Facebook, c'est à dire que maintenant on peut plus traquer ce qu'on veut. Donc on est maintenant obligé de choisir et de prioriser les événements qu'on va vouloir traquer. Donc cet outil là ça permet de les prioriser. Donc là on va se rendre ensemble dans l'anglais source de données et on va cliquer sur notre pixel qu'on a paramétré précédemment et aller juste ici. Donc l'écran par défaut c'est celui là, donc c'est API pixel conversion et on va cliquer sur outil de mesure agrégée des événements. Ce que je vais faire devant vous ça ne marche que si vous avez vérifié votre domaine auparavant, ça tombe bien, j'ai fait une vidéo, c'était la première, normalement vous l'avez fait. Vous cliquez ensuite sur configurer les événements web. Donc là ensuite il va falloir sélectionner l'entreprise en question. Nous on en a plusieurs parce qu'il y a toute celle du compte Kodak. Là vous pouvez voir qu'en fait c'est quelque chose qui a déjà été paramétré, je vais le refaire avec vous, mais les événements sont placés par priorité la plus haute jusqu'à priorité la plus faible. Donc là on clique sur gérer les événements. Ce qui nous explique en fait avec cet écran là c'est que ça suit la mise en place d'iOS 14 qui a été donnée par Apple et ça peut prendre jusqu'à 72 heures pour se mettre en place. Donc là on a un nouvel écran qui s'affiche. Donc là tous les événements qui s'affichent sont des événements qui ont été traqués par le pixel. Il y en a quatre qui sont classiques, vous pouvez en rajouter d'autres si vous en avez qui sont traqués. Donc là vous faites votre pixel, je suis en train avec vous, pixel de... comment il s'appelle celui là ? Add pixel. Et vous choisissez l'événement en question. Donc en fait il y en a pas mal, celui-là par exemple, celui-là recherche il n'a pas été paramétré, je vais le rajouter. En fait à quoi ça sert cette priorisation là ? C'est très important pour quand la fenêtre d'iOS 14 va s'afficher. Pour ceux qui ne savent pas ce que c'est la fenêtre d'iOS 14, c'est une petite pop-up qui va s'afficher, qui va vous demander si oui ou non vous voulez être traqué sur internet. Le gros problème que ça pose en fait à iOS 14, c'est que la majorité des gens vont dire non et donc ça va un peu dérégler le tracking par cookies. Mais Facebook a trouvé une parade, c'est quand même quand une personne opt-out, donc répond non à cette question, on peut quand même traquer un événement. Et donc en fait l'événement qui va être traqué, ça va être l'événement qui va être en haut de votre liste ici. Donc c'est très important de bien choisir le bon. Pour la majorité des événements ça va être achat. Ensuite tout ce qui vient après le premier événement a un petit peu moins d'importance, mais prenez un ordre logique, c'est-à-dire triez-les dans l'ordre de rapprochement qu'ils ont par rapport à la conversion. Donc là on a achat, paiement initié, ajout au panier, vue de contenu et recherche. Vous pouvez bouger les événements comme ça. Donc là par exemple, il y a un truc qui est présent sur ce pixel là, c'est qu'on n'a pas pu activer l'optimisation de la valeur. Qu'est-ce que c'est l'optimisation de la valeur ? C'est le fait de pouvoir afficher en fait la valeur associée aux conversions. Donc là on ne traque que les achats, donc c'est un pixel qui est tout neuf, je vous ai pris un compte assez neuf. Je ne peux pas encore le cocher parce que j'ai pas encore le nombre d'achats nécessaires. Il faut qu'il y ait eu 100 achats optimisés et 10 valeurs distinctes au cours des 7 derniers jours, c'est ce qui est marqué dans la pop-up. C'est très important de le faire, notamment parce qu'en fait là vous voyez qu'il y a des choses qui sont affichées, mais quand vous venez de paramétrer votre pixel vous n'avez rien. Et donc si vous ne le créez pas, vous allez avoir un business manager qui ne va rien reporter du tout. Donc c'est très important de le faire. Ensuite vous faites envoyer et vous allez prioriser vos événements. Donc vous voyez que ce n'est pas très compliqué. C'est fini pour cette vidéo, on va passer maintenant à la dernière adaptation face à iOS 14, c'est la mise en place de l'API de conversion. Vous allez voir que c'est assez intéressant parce qu'il y a une grosse partie qui va être faite par les développeurs, donc je vais essayer de vous expliquer ce que je peux vous donner. Vous puissiez simplifier et mâcher le travail pour la personne qui va le faire.