Dans cette vidéo, on va vérifier ensemble si votre pixel est correctement installé sur votre site. C'est une étape qui est vraiment essentielle parce que c'est ce qui va vous permettre d'être sûr que au moment où vous allez lancer vos campagnes, vous allez bien pouvoir récupérer la donnée derrière. Si votre pixel n'est pas installé et que vous ne savez pas ce qui s'est passé concrètement en termes d'activité par les visiteurs de votre site sur votre boutique, vous allez devoir naviguer à l'aveugle, c'est-à-dire que vous ne pourrez pas optimiser vraiment vos campagnes. En plus, ce sera impossible de savoir à quel endroit précisément il y a un problème dans votre tunnel d'achat alors que c'est tout l'intérêt de faire de la publicité Facebook aussi, c'est de pouvoir améliorer l'intégralité de votre parcours d'achat, que ce soit depuis vos publicités jusqu'au moment du checkout sur votre boutique. Je vais vous présenter deux techniques. La première consiste à utiliser une extension qui est mise à disposition par Facebook, qui s'appelle le Facebook Pixel Helper. Ça ne fonctionne que sur Google Chrome et pour que ça marche, il faut que vous n'ayez pas de bloqueur de publicité actif. Pour ça, vous vous rendez sur l'URL qui sera en dessous de cette vidéo, qui va vous permettre d'installer l'application. Une fois que c'est fait, ça va ressembler à ça, c'est-à-dire qu'en haut, dans la partie où vous gérez toutes les extensions Google Chrome, vous allez avoir un petit Facebook Pixel Helper qui va apparaître. Concrètement, pour vérifier si le pixel est bien installé avec cette extension, vous allez juste vous rendre sur votre site web, attendre que la page charge, ça peut mettre un petit peu de temps. Là, dans mon cas, vous voyez, ça y est, la page est chargée et du coup, j'ai deux petits événements qui sont apparus. Donc là, il y a un page view et puis il y a une micro data par Facebook qui a été récupérée. Donc là, ce que vous pouvez faire après, c'est naviguer un petit peu sur le site, vous assurer que lorsque vous effectuez une action, elle est bien enregistrée par le pixel. Comme par exemple, cliquer sur un produit, l'ajouter au panier. Alors cette méthode, elle fonctionne bien, mais il y en a une deuxième qui est vraiment encore plus fiable et que je vais vous montrer maintenant. Donc là, pour le coup, on va se retrouver à l'intérieur du Business Manager puisqu'il faut aller dans l'onglet gestionnaire d'événements, donc là où vous allez retrouver votre pixel. Une fois que vous êtes dans votre pixel, c'est très simple, à côté de la vue d'ensemble, vous pouvez cliquer sur événements de test. Là, vous allez intégrer, tester les événements du navigateur. Vous allez pouvoir rentrer l'URL sur laquelle vous souhaitez diffuser du trafic. Vous cliquez sur accéder au site web. Donc là, on va arriver à nouveau sur le site. Là, c'est le même principe que tout à l'heure. Vous effectuez un certain nombre d'actions qui sont celles qui seraient susceptibles d'être réalisées par un des visiteurs de votre site web. Comme par exemple, naviguer sur le site, regarder une page produit en détail, ajouter le produit au panier, ouvrir la page du panier, cliquer sur procéder au paiement. Moi, je vais m'arrêter à ce stade, mais vous, étant donné que c'est votre site de e-commerce, ce que je vous conseille de faire, c'est de créer un code de réduction qui vous permet de faire comme si vous aviez vraiment acheté le produit. Comme ça ensuite, vous pourrez vérifier dans l'onglet gestionnaire d'événements que l'achat est bien enregistré, parce que c'est quand même l'événement qui est le plus important. Une fois que vous avez fait ça et que vous avez un peu suivi l'ensemble du parcours, vous revenez dans votre business manager et là, vous allez pouvoir voir si les événements que vous avez effectués sur le site ont bien été pris en compte. Là, vous voyez que j'ai plusieurs pages vues, ce qui correspond aux pages produits que j'ai chargées, des vues de contenu, des ajouts au panier. A priori, tous les événements sur le pixel sont bien installés. Vous, également, vérifiez bien que l'achat fonctionne bien. Une fois que c'est fait, ça veut dire que tout est bon. Pour le coup, si vous n'avez aucun événement qui remonte, ça veut dire que votre pixel est mal installé. Dans ce cas-là, je vous invite à retourner voir la vidéo du module introduction qui permet de vous expliquer en détail comment installer votre pixel, que ce soit vous-même ou en passant par un développeur.