Dans cette vidéo, on va voir ensemble comment créer votre toute première campagne de retargeting. On se retrouve donc dans le BM, où j'ai ma première campagne d'acquisition que je viens juste de créer à l'instant. Et puis ici, je vais pouvoir venir cliquer sur créer, faire à nouveau une campagne de conversion. Comme tout à l'heure, ignorer la publicité et venir indiquer RTG pour retargeting, visiteur 30 jours. Et puis, comme tout à l'heure, venir indiquer la date à laquelle je lance la campagne. Et là, vous allez voir que c'est tout simple. Vous avez la possibilité, comme tout à l'heure, d'indiquer CBO. Là, en l'occurrence, ça ne sert absolument à rien d'être en CBO, puisque j'ai un seul ensemble de publicité à l'intérieur. Mais imaginez, par exemple, que vous allez pouvoir ensuite ajouter d'autres ensembles de publicité. Vous pouvez très bien activer le CBO après. Donc là, je vais venir au niveau de mon ensemble de publicité sélectionner à nouveau mon pixel, l'évènement achat pour l'optimiser, venir paramétrer un budget de 20 euros par jour, c'est très bien, ça me va, lancer mes ads à minuit le lendemain, et puis bien surtout venir exclure les acheteurs, puisque ce que je veux dans mon retargeting, c'est cibler uniquement des personnes qui ont montré un intérêt en visitant mon site, mais qui n'ont pas encore acheté. Puisque les acheteurs, pour le coup, n'ont plus besoin de voir le même message publicitaire. A la limite, si je souhaite diffuser des ads auprès des acheteurs, je peux, mais il faut que ce soit un contenu différent, sinon il y a un risque que les personnes sentent que votre tunnel d'achat n'est pas optimisé. Moi, je le dis souvent à mes clients, il n'y a rien de plus désagréable que de voir d'une entreprise qu'elle nous diffuse un message qui nous donne envie d'acheter alors qu'on vient de le faire. Donc c'est pour ça, c'est très important dans votre retargeting de bien exclure les acheteurs. Et par contre, sur le ciblage, vous allez pouvoir venir sélectionner les visiteurs sur 30 jours. Voilà, une fois que c'est fait, vous pouvez cliquer sur Publier. Comme ça, votre campagne est prête. Et puis ensuite, on va pouvoir venir créer une publicité. Là, dans mon cas, je n'ai pas de publicité qui est dédiée au retargeting. Puisque je pars un peu du principe que c'est un lancement de compte, donc à ce stade, je n'ai pas d'autres exemples à vous donner. Vous, bien sûr, ça peut être intéressant d'avoir une nouvelle publicité qui va être dédiée au retargeting. Par exemple, pour répondre aux objections à l'achat, vous avez dans la partie créative de la fab plein d'exemples qui vous permettront de faire des créas qui vont être adaptés au retargeting et qui formeront bien sur cette partie-là. Comme tout à l'heure, moi, je vais pouvoir utiliser la publicité déjà existante. Par défaut, Facebook m'a mis la bonne publicité. Je viens bien sûr sélectionner un domaine pour iOS 14. Et ensuite, je clique sur Publier. Et voilà, ça y est, ma campagne de retargeting est créée. Donc, je vais pouvoir venir vous montrer au niveau du business manager au global. Vous voyez, j'ai bien mes deux campagnes de créés paramétrées pour le lendemain. Tout est programmé. C'est parfait. Je vais pouvoir lancer et diffuser des campagnes. J'espère que ce module vous a aidé. Dans le prochain, on va voir en détail comment tester, analyser et optimiser la performance de vos campagnes. Vous avez également, à la fin de ce module en bonus, un diagramme d'autodiagnostic que vous allez pouvoir télécharger et observer pour vous guider dans les premiers jours de la campagne et voir quelles décisions vous pouvez prendre à la suite des premiers indicateurs qui vont remonter dans votre business manager.