

Marketing Digital avec Facebook



Rapport de Projet réalisé par :

- **BELAOUCHI LAMYAE**
- **RABHI WIAM**
- **ALLA ISMAIL**
- **YASSIR LAMAKADAM**

Expose le 25 juin 2021 devant le professeur : Monsieur BARBOUCHA Hamsa

Remerciements

Avant d'entamer ce rapport, nous profitons de l'occasion pour remercier notre professeur Monsieur BARBOUCHA Hamsa qui nous a donné l'opportunité de réaliser ce travail de sa générosité en matière de formation, son activité au travail qui nous a poussés à faire notre premier pas dans domaine MARKETING DIGITAL et découvrir le monde de l'entreprenariat. Je tiens à remercier également tous les membres qui ont contribué à ce travail et je les félicite de leur merveilleux travail.



Table des matières

Introduction
Marketing digital
Réseaux sociaux
Facebook
Comment créer une page facebook
Facebook ads
Les lois d'utilisation facebook ads
Comment faire une publicité sponsorisé
Exemple concret
Conclusion.....



1. Introduction générale:

Fondre un business est le projet le plus répondu depuis des siècles, soit pour vendre des articles soit des services, c'est une idée connue par le gain d'argent plus que tous les autres secteurs.

Mais, dernièrement c'est devenu trop difficile d'être une partie concurrente dans un tel marché féroce. Puisque, dans ce secteur toutes les lois traditionnelles sont plus en plus connues par tout élément concerné.

D'un côté, les clients ne sont plus attirés par des techniques banales notant l'hyperbole des publicités, l'exposition des produits ; peut-être les clients passants ne sont pas intéressés.

Et d'autre côté, les fondateurs ne sont plus des concourants puisque les techniques sont limitées. Alors, ils ont besoin des outils adaptables à notre époque.

Donc,

Comment revivre cette concurrence ?

Comment attirer plus en plus les clients ?

Comment bien cibler les clients ?

Ici, on fait appelle au Marketing Digital, C'est notre base de ce projet. On va appliquer les nouvelles techniques en créant une page Facebook avec l'exploitation des services Facebook-ads.

Pourquoi vous devez choisir Facebook ?

Facebook est le premier réseau social mondial, une étude faite montre que Le temps consacré au réseau social est de 20 minutes par membre sur une base quotidienne. D'autre part un très grand nombre de clients ont un compte Facebook, pour cela il faut le considérer comme un point fort pour chercher de nouveaux clients et les atteindre là où ils se trouvent.

De plus la création d'une Page Facebook est facile et gratuite, ne coûte absolument rien. Vous pouvez toutefois adhérer à des Publicité Facebook Ads ou à des post sponsorisés. Néanmoins, les campagnes marketing sur ce support restent relativement bon marché. Elles permettent à l'entreprise de toujours garder le contrôle sur ses dépenses puisque c'est elle qui choisit d'avance le budget et l'audience voulue.

Facebook constitue une excellente solution pour fédérer facilement ses clients. Bon nombre d'actions peuvent y être mises en place telles que des sondages **d'opinion, des mini enquêtes...** Ainsi, les clients se sentent impliqués dans la vie de l'entreprise et n'en deviennent que plus fidèles. Cela permet d'estimer les opinions des clients et de faire évoluer la politique de sa société en fonction des constats observés.

2. marketing digital:

♠ Définition

Le **marketing digital** couvre l'ensemble des activités marketing déployées en ligne pour entrer en relation avec des clients ou prospects, telles que par exemple la tenue d'un site web ou blog, les réseaux sociaux, ou la publicité digitale.

Pour faire réussir un business se basant sur le Marketing Digital, il faut suivre des consignes vitales qui poussent chaque projet vers un succès, une popularité et une pertinence.

On site les principales termes qui définit le mieux notre concept:

SEO:

SearchEngineOptimization est le process d'optimisation de site afin d'être mieux classer dans la liste issue comme résultat d'une recherche.

Différents facteurs responsables de la bonne indexation du site en Google. Il y a ceux qui sont on-site et d'autre off-site. On site des questions qu'englobes toutes les étapes:

On-Site:

- ✓ est-ce que le contenu du site est cohérent avec les mots clés choisis?
- ✓ Est-ce que l'ergonomie du site est respecté (facilité de la manipulation)?
- ✓ Est-ce que le site est rapide (l'hébergement)?
- ✓ Est-ce que le site est facilement traité par Google (sitemap)?
- ✓ Quelle est l'âge de notre site (l'ancienneté)?

Off-Site:

- ✓ Combien des liens entrants vers le site (netlinking) ?
- ✓ Est-ce que le site est partagé en réseaux sociaux ?

➤ Lors de chaque projet; analyser les facteurs site aide à bien cibler les clients afin de rendre le site plus visible.



Google Adwords :

C'est le fait de payer Google pour devenir visible par les clients en différentes situations soit lorsqu'un client cherche en utilisant un mot clé que vous l'avez payé pour être visible à chaque fois qu'on le tape soit par la publication en forme de bannières dans différentes sites visible par des clients qui peut être intéressé par vos service ou articles.

Notant, que la visibilité et le classement de votre site dans la liste résultante dépend de votre contenu et surtout le budget utiliser à payer Google et plus il y a des concurrents qui paie plus, plus le site devient invisible.

Social Media Marketing:

C'est le fait d'utiliser les réseaux sociaux dans le but de commercialiser un produit ou en générale les services de votre compagnie.

On note aussi la possibilité de sponsoriser des articles, publications... Pour mieux cibler les clients qui paraît intéressé, et c'est le rôle de l'application l'entrepreneur n'a qu'à payer pour le sponsor et aussi en choisissant des attribut qui peut aider l'application à cibler les clients.



Content:

C'est le fait d'optimiser le code source du site pour chaque page, en utilisant les mots clés choisis pour le site dans toutes les balises html importantes comme: le titre, description, les titres et sous titres des pages (Hx), pour le texte qui s'affiche en cas d'absence d'une photo (alt), ...

Il faut aussi éviter les titres incohérents avec le contenu (bienvenue) et les textes cachés (en blanc ou derrière photo).

Email-Marketing:

C'est le fait d'envoyer des emails commercialisant les services ou produits de votre compagnie au gens qui sont intéressés et qui peuvent être des futurs clients. Et le choix des destinataires s'effectue en se basant sur leurs historiques et leurs intérêts en générale.

L'email marketing peut remplir 3 types objectifs :

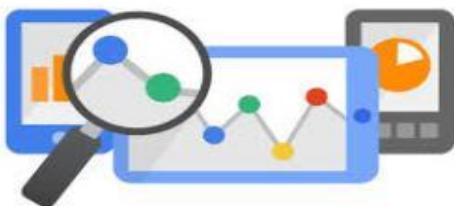
- ♣ de notoriété (vous faire connaître),
- ♣ d'image (vous positionner en tant qu'expert) et
- ♣ d'action (vendre vos produits & services).



Google Analytics:

C'est un service qui permet d'analyser l'audience d'un site web ou d'une application mobile utilisée par plus de 10 millions de sites. Ses services sont :

Connaître et comprendre votre audience





A l'aide de cet outil on sait combien de visiteurs pour votre site et quelle page a plus de visiteurs et aussi les pages qui fait fuir l'audience (le temps de visite est très limite). Et ces informations peuvent aider à améliorer le site...

Identifier et corriger des problèmes

En connaissant le parcours des visiteurs, vous identifiez les pages où pourrait survenir un problème, si par exemple telle page ne fonctionne pas avec un type de navigateur. Cela vous donne donc l'information pour agir avant qu'un de vos clients vous en fasse la remarque.

WebsiteEnhacement:

C'est une étude qui se fait sur un échantillon des clients. Et qui s'intéresse à leurs réactions et réflexions sur les produits ou services et après elle fait une synthèse qui aide à faire un plan pour améliorer l'efficacité du site.

3. Réseaux sociaux:

Le réseautage social est un terme qui se rapporte à l'ensemble des moyens « virtuels » mis en œuvre pour relier des personnes physiques ou personnes morales entre elles. Avec l'apparition d'Internet, il recouvre les applications Web connues sous le nom de « services de réseautage social en ligne », plus couramment appelées « réseaux sociaux ».

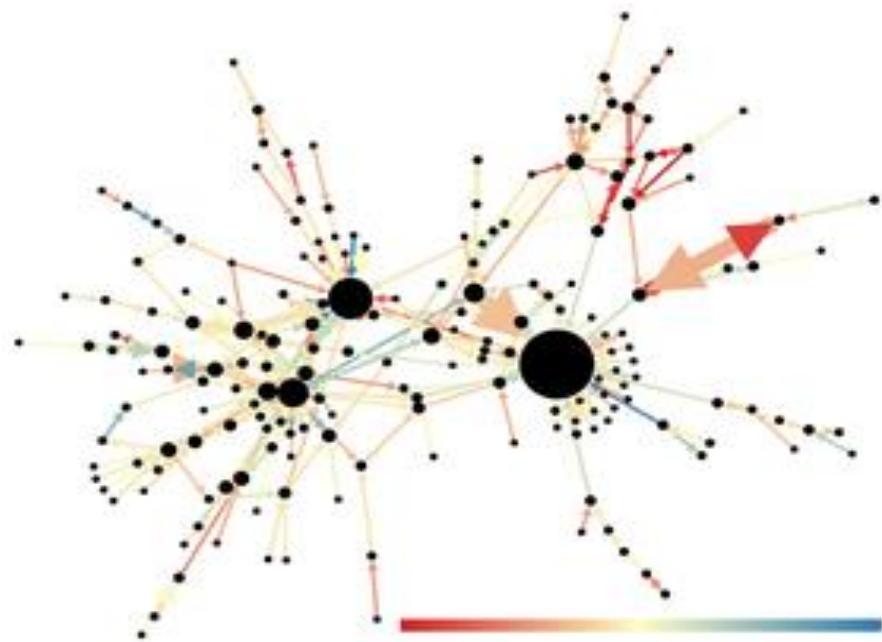
Ces applications permettent de constituer et d'entretenir un réseau social tant pour échanger des informations que pour s'y mettre en valeur. Elles offrent à des personnes partageant des centres d'intérêt divers moyens pouvant faciliter, par exemple, la gestion des carrières professionnelles, la distribution et la visibilité artistique ou les rencontres privées.

Ces applications sont pointées du doigt du fait de l'exploitation commerciale de données personnelles, et de l'usage de dispositifs favorisant l'addiction(2). En 2018, une étude du PewResearch Center indique que les adolescents considèrent que l'usage des réseaux sociaux joue un rôle positif pour leur ouverture d'esprit et le développement de leur sens civique(3)





L'étude dénonce toutefois des impacts négatifs ressentis comme le fait de se sentir contraints d'y rester présents et l'obligation de ne partager que des aspects positifs d'eux-mêmes. Des effets négatifs sur l'équilibre psychologique des usagers sont fréquemment dénoncés



4. Facebook

♣ Définition :

Facebook est un *réseau social* en ligne qui permet à ses utilisateurs de publier des images, des photos, des vidéos, des fichiers et documents, d'échanger des messages, joindre et créer des groupes et d'utiliser une variété d'applications sur une variété d'appareils.

Facebook est fondé en 2004 par Mark Zuckerberg et ses camarades de l'université Harvard, Chris Hughes, Eduardo Saverin, Andrew McCollum et Dustin Moskovitz. D'abord réservé aux étudiants de cette université, il s'est ensuite ouvert à d'autres universités américaines avant de devenir accessible à tous en septembre 2006. Le nom du site provient des albums photo (« *trombinoscopes* » ou « *facebook*s » en anglais) regroupant les photos des visages de tous les élèves prises en début d'année universitaire.





Troisième site web le plus visité au monde après Google et YouTube selon Alexa4, il franchit en juin 2017 le nombre de 2 milliards d'utilisateurs actifs. Le 24 août 2015, pour la première fois, un milliard de personnes ont utilisé Facebook dans la même journée.

Facebook fait régulièrement l'objet de débats, tant sur le plan politique que juridique, économique, culturel et social. Son influence dans la sphère publique et la manière dont il affecte la vie sociale de ses utilisateurs, son usage des données personnelles, son rôle dans la propagation des info, sa responsabilité dans la banalisation des discours de haine, son inaction face à du contenu enfreignant ses propres règles, ou bien encore sa politique de régulation des contenus sont ainsi souvent discutés dans l'actualité.

Facebook est un site Réseautage social, commercial et publicité, il était écrit en php,c++ et langage D

Facebook est bien plus qu'un outil de communication social et pratique, qui remplace peu à peu l'e-mail, le carnet d'adresses, l'agenda ou les plateformes de partage en ligne de photos. C'est aujourd'hui un des plus grands réseaux sociaux au monde.

➤ Le profil Facebook

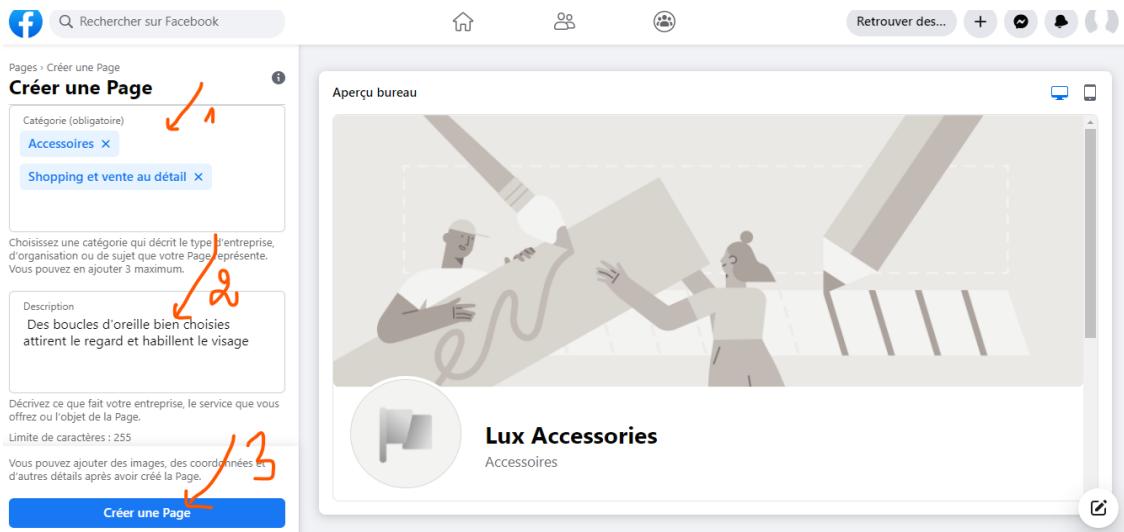
Le profil Facebook est un espace personnel où vous partagez des photos, des statuts avec votre entourage proche. Le profil représente une personne et doit être créé sous son nom propre. **Sur un profil, le nombre d'amis est limité à 5000.** Un profil ne peut pas être créé au nom de votre société.

♣ La page Facebook

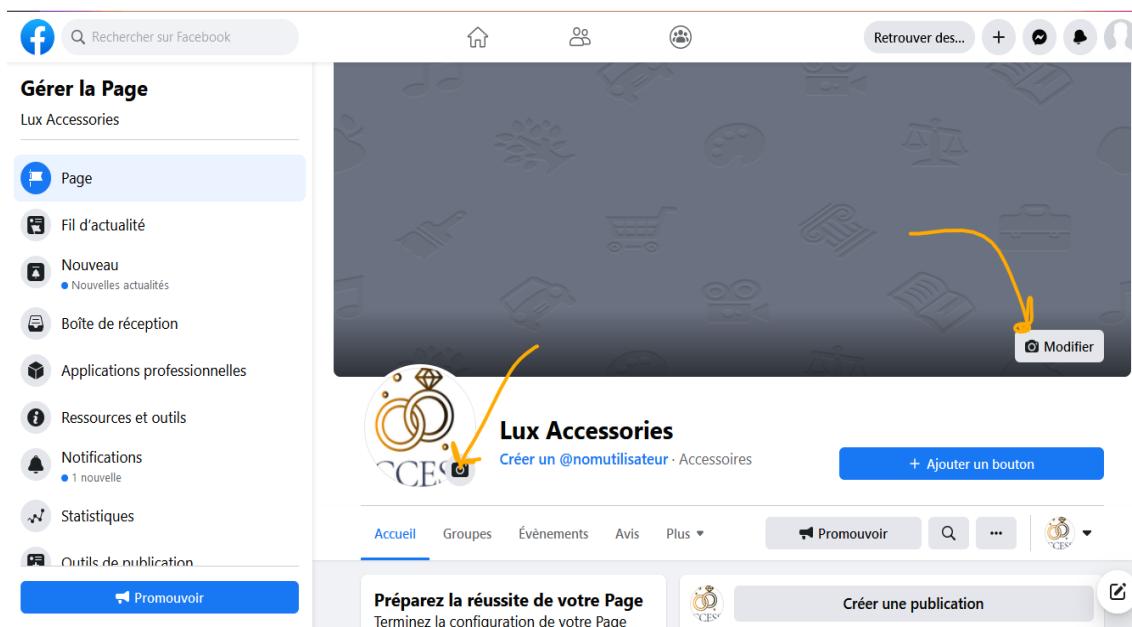
La page fan ou page professionnelle est un espace pour les entreprises, les organisations, les marques, les artistes, etc, qui souhaitent partager des informations avec des clients, prospects, fans... Cette page va vous proposer des outils pour **communiquer directement** avec vos clients ou prospects (ajout d'onglet personnalisable, statistiques de fréquentation de la page, possibilité de faire de la publicité, ajout d'offres commerciales, etc). **Le nombre de fans sur ce type de page est illimité.**

5. créer une Page Facebook :

1. Accédez à facebook.com/pages/create.
2. Cliquez pour choisir une catégorie.
3. Renseignez les informations obligatoires.



4. Cliquez sur Créer une Page.
5. Ajoutez une photo de profil ou de couverture facultative, puis cliquez sur Enregistrer.



6. Ajouter un bouton (contactez-nous)



Après que vous apuriez sur le bouton ‘ajouter un bouton ‘ le site afficher une page pour choisir la méthode qui vous volez pour les clients vous communiquez



7.il y a 13 étapes il faut continuer le reste de ces étapes:

- Site web, Votre entreprise a-t-elle déjà un site web ?
- Informations sur le lieu, Souhaitez-vous que votre Page affiche l'adresse de votre entreprise ou une zone de service ?
- Horaires d'ouverture, Souhaitez-vous que vos horaires d'ouverture soient visibles sur votre Page ?
- Numéro de téléphone, Souhaitez-vous être contacté(e) par téléphone ?
- Préférences de messagerie, Préférez-vous être contacté(e) via WhatsApp ?
- Invitez 10 amis ou plus‘ Lorsque des amis aiment votre Page et réagissent aux publications, cela peut vous aider à toucher d'autres personnes.
- Accueillez les visiteurs sur votre Page, Mettez en avant ce qui fait la particularité de votre Page, de vos produits ou de vos services. Vous pouvez inclure des photos ou des vidéos dans votre publication pour attirer l'attention des visiteurs.

Préparez la réussite de votre Page

Terminez la configuration de votre Page pour que les visiteurs sur Facebook sachent que vous êtes une entreprise crédible.

6 étapes sur 13 terminées

TERMINÉ

Définir l'identité de votre Page

IL RESTE 5 ÉTAPES

Entrer les informations et les préférences

IL RESTE 2 ÉTAPES

Présenter votre Page

Après tous ça il faut remplir le continue de la page par la création des publications (des textes, images et des vidéo...)

The screenshot shows the Facebook 'Create a Page' wizard. At the top, there's a progress bar indicating '6 étapes sur 13 terminées'. Below it, the first step is completed: 'TERMINÉ Définir l'identité de votre Page'. The next step, 'Entrer les informations et les préférences', is listed with 'IL RESTE 5 ÉTAPES'. The third step, 'Présenter votre Page', is listed with 'IL RESTE 2 ÉTAPES'. The main content area shows a preview of the page with a cover photo of several necklaces and a status update: 'Bijoux à haute qualité ,avec un prix raisonnable pour plus d'information s'il vous plaît appelez le numéro suivant:0600001212'. On the left, a sidebar lists four completed steps: 'Créer un nom de Page', 'Choisir une catégorie', 'Ajouter une photo de profil', and 'Ajouter une description'. It also shows the remaining steps: 'Entrer les informations et les préférences', 'Site web', and 'Numéro de téléphone'. At the bottom right, there are buttons for 'Promouvoir', 'Booster la publication', and a share icon.

N'oubliez pas de visiter notre page « Lux Accessories »

lien : 'https://www.facebook.com/lux.accesorie/about/?ref=page_internal'

♠ Remarque :

Tout le monde peut créer une Page. Cependant, seuls des représentants officiels peuvent créer une Page pour une organisation, une entreprise, une marque ou une personnalité publique

6. Facebook ads

Définition :

Facebook Ads est le système de publicité de Facebook qui il permettra de diffuser les annonces auprès des utilisateurs du réseau. Les Facebook Ads sont des messages provenant d'entreprises et pouvant contenir des éléments de contexte social sur les amis. Les personnes qui aiment votre Page passent en moyenne deux fois plus de temps en tant que clients que celles auxquelles vous n'êtes pas connecté sur Facebook

7. Les lois de Facebook ads

♣ Les 'erreurs de base :

- Avoir plus de 20% de texte sur votre image ou jouer sur l'opacité pour essayer de faire croire qu'il y a moins de 20% de texte. Les logos et les slogans font partie des 20%. Pensez à utiliser l'outil grille de Facebook pour voir si les images de vos publicités respectent cette règle
- Faire de fausses promesses, frauduleuses, et/ou trompeuses.
- Gérer plusieurs clients sur un même compte publicitaire.
- Mentionner Facebook dans votre publicité, ou faire croire que vous travaillez avec Facebook. (Logo ou texte)

♣ Le Contenu :

- Le contenu doit respecter les lois applicables
- Les promesses doivent être justifiées
- Pas de provocations
- Le contenu ne peut être faux, trompeur ou mensonger
- Pas de Spam
- Pas de produit illégal.
- Les publicités vidéo pour des produits de santé/fitness ne peuvent démarrer automatiquement
- Pas de produit pour adulte.
- Pas de drogue ou médicaments illégaux, sur ordonnance.
- Pas de site de rencontre autour du sexe



♣ Publicité :

- Le contenu de la publicité doit correspondre au « produit » mis en avant.
- Pas d'audio ou d'animation flash sans qu'un utilisateur n'interagisse d'abord.
- Pas de sous-entendu sexuel
- Pas de fautes d'orthographe et doit être grammaticalement correct.
- Les symboles, nombres et lettres doivent être utilisés correctement.
- Doit être réaliste et représenter correctement le « produit » sans mensonge.
- Vous devez respecter le copyright et droit d'utilisation.
- Noter bien que Facebook se réserve le droit de refuser, approuver ou effacer n'importe quelle publicité pour x

♠ Remarque :

Donc, respectez toutes les règles mentionnées, mais cela ne veut pas dire pour autant que Facebook ne rejettéra pas certaines de vos publicités !

8. Comment créer des publicités Sponsorisé:

Un guide étape par étape pour Publicité sur Facebook

La liste de contrôle ultime pour la création et Optimisation des publicités Facebook

Toutes les annonces peuvent être décomposées en trois éléments:

- **CAMPAGNES** : La campagne abrite tous les actifs.
- **ENSEMBLES D'ANNONCES** : Si nous ciblons séparément des publics ayant des caractéristiques différentes, nous aurons besoin d'un ensemble de publicités individuelles pour chaque.
- **Annonces** : les annonces réelles sont en direct dans l'ensemble des publicités et chaque ensemble de publicités peut contenir une variété d'annonces qui varient en couleur, copie, images, etc.

Facebook offre aux utilisateurs deux outils de création d'une annonce payante :

- Gestionnaire de publicités: convient le mieux à la plupart des entreprises
- Power Editor: sert d'outil pour les grands annonceurs qui recherchent un contrôle plus précis sur une variété des campagnes.

Choisissez un objectif :

Avant de commencer, le Gestionnaire de publicités nous invite à choisir un objectif pour notre campagne :

En choisissant un objectif, nous donnons à Facebook une meilleure idée de ce que nous aimerons faire afin qu'ils puissent nous présenter les options d'annonces les mieux adaptées.

Les options publicitaires de Facebook incluent:

- Engagements de publication de page
- J'aime les pages
- Cliquez sur le site Web
- Conversions de sites Web
- Installation d'applications
- Engagement de l'application
- Réponses aux événements
- Réclamations d'offre
- Vues vidéo
- Sensibilisation locale

Choisir l'audience :

- Age
- Location
- Égalité des sexes
- Langues
- Relation
- Éducation
- Travail
- Finances
- domicile
- Affinité ethnique
- Génération
- Les parents
- Politique (États-Unis seulement)
- Événements de la vie
- Intérêts
- Comportements
- Connexions

Comment bien cibler les publicités sur Facebook ?

- Ciblez les personnes ayant déjà interagi avec la page Facebook

Les interactions constituant cette audience personnalisée sont les réactions, partages, commentaires, clics et défilement de carrousels.

- Cibler toutes les personnes ayant visité votre page Facebook

Le critère de ciblage le plus large comprend toutes les personnes ayant visité votre page ou ayant effectué une interaction avec celle-ci (contenus organiques & payants).

- Ciblez les personnes ayant enregistré votre page ou vos publications :

Cette audience personnalisée est constituée de personnes ayant sauvégarde votre page ou une publication de votre page.

- Ciblez les personnes qui ont envoyé un message à votre page
- Ciblez les visiteurs de votre site Internet

Cibler tous les visiteurs du site Internet est l'option par défaut lorsque vous souhaitez créer une nouvelle audience personnalisée de ce type

Définir le budget :

Facebook offre aux annonceurs la possibilité de définir soit un budget quotidien ou un budget à vie. Voici comment ils diffèrent les uns des autres:

- **BUDGET QUOTIDIEN** Si nous souhaitons que notre ensemble de publicités soit défini sur courir en continu tout au long de la journée, c'est l'option que nous voudrons choisir. Facebook va rythmer nos dépenses par jour. N'oubliez pas que le budget quotidien minimum pour un ensemble de publicités est de 1,00 \$ USD et doit être au moins 2X votre CPC.
- **BUDGET À VIE** Si nous cherchons à courir notre annonce pour une durée spécifiée, sélectionnons budget à vie. Facebook rythmera nos dépenses au cours de la période que nous avons définie pour l'exécution de l'annonce.

Horaire :

Choisissez si nous voulons ou non que notre campagne exécuter immédiatement et en continu ou si nous le souhaitons personnaliser les dates de début et de fin. Nous pouvons également définir afin que nos annonces ne s'exécutent que pendant des cours spécifiques heures et jours de la semaine.

Optimisation et Tarification :

Choisissons si nous souhaitons ou non enchérir pour notre objectif, clics, ou impressions. (Cela modifiera la façon dont notre annonce est affiché et payé.) Ce faisant, nous paierons pour notre annonce à montrer aux personnes au sein de notre public cible qui sont plus susceptibles de terminer l'action souhaitée, mais Facebook contrôlera notre enchère maximale.

Si vous ne souhaitez pas que Facebook définisse des enchères optimales pour vous, vous voudrez opter pour les enchères manuelles. Cette option vous donne un contrôle total sur le montant vous êtes prêt à payer par action terminée. Cependant, Facebook fournira une offre suggérée basée sur le comportement d'autres annonceurs pour vous donner une idée de ce que vous devriez tirer pour.

♣ livraison :

Le type de livraison se divise en deux catégories :

- Standard : affichez vos annonces tout au long de la journée
- Accéléré : vous aide à atteindre un public rapidement pour annonces sensibles au temps

9. Exemple concret

1 : Ouvrir la zone dans la quel il y a les pages

The screenshot shows the Facebook homepage. In the sidebar on the left, under the heading 'Pages', there is a list of items: 'Ismail Alla', 'COVID-19 - Centre d'information', 'Amis' (with 2 amis), 'Pages' (with a yellow arrow pointing to it), 'Groupes' (with 5 nouveaux), 'Marketplace' (with 1 nouveau), 'Watch', and 'Voir plus'. Below the sidebar, there is a section titled 'Vos raccourcis'.

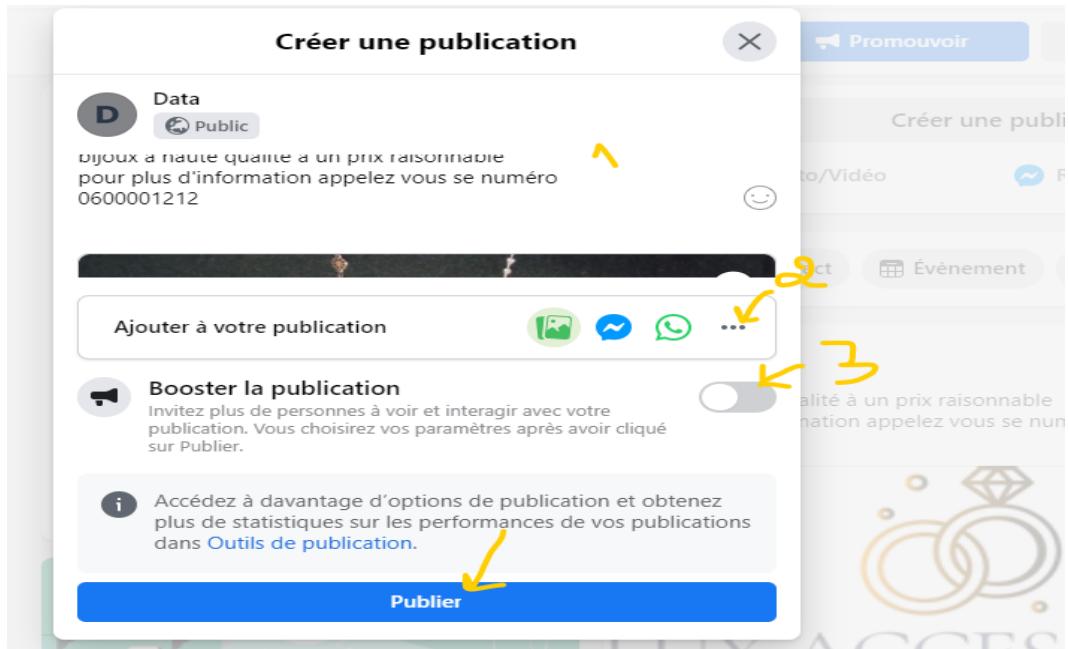
2 : Choisir la page marketing

The screenshot shows the 'Pages que vous gérez' (Pages you manage) section. On the left, there is a sidebar with 'Pages' selected, showing 'Vos 2 Pages' (Data and Ismail alla), '+ Créer une Page', 'Découvrir', 'Pages aimées', and 'Invitations'. The main area shows two managed pages: 'Data' (Publicité/marketing) and 'Ismail alla' (Blog personnel). Each page card has 'Notifications' and 'Messages' buttons. A yellow arrow points from the 'Pages' sidebar to the 'Data' page card.

3 : Créer une publication

The screenshot shows the 'Créer une publication' (Create a post) interface. At the top, there are tabs for 'Modifier Envoyer un message' (Edit Send a message) and 'Promouvoir' (Promote). Below that, a banner for Facebook Business encourages creating and scheduling posts, messaging, and checking stats. On the left, there is a section for inviting friends to like the page. On the right, there is a large button labeled 'Créer une publication' with a yellow arrow pointing to it. Below this button are options for 'Photo/Vidéo' and 'Recevoir des messages'. At the bottom, there are buttons for 'Créer', 'En direct', 'Évènement', 'Emploi', and '...'. A yellow arrow also points from the 'Créer une publication' button to the 'Créer' button at the bottom.

4 : remplir le contenu de la publication :



1) Rédigez un texte clair et incitatif

Écrivez un message qui exprime clairement et simplement le bénéfice que vos clients retirent de vos produits / services. Le texte qui accompagne votre Ad est fondamental. Pour qu'il soit efficace, il doit :

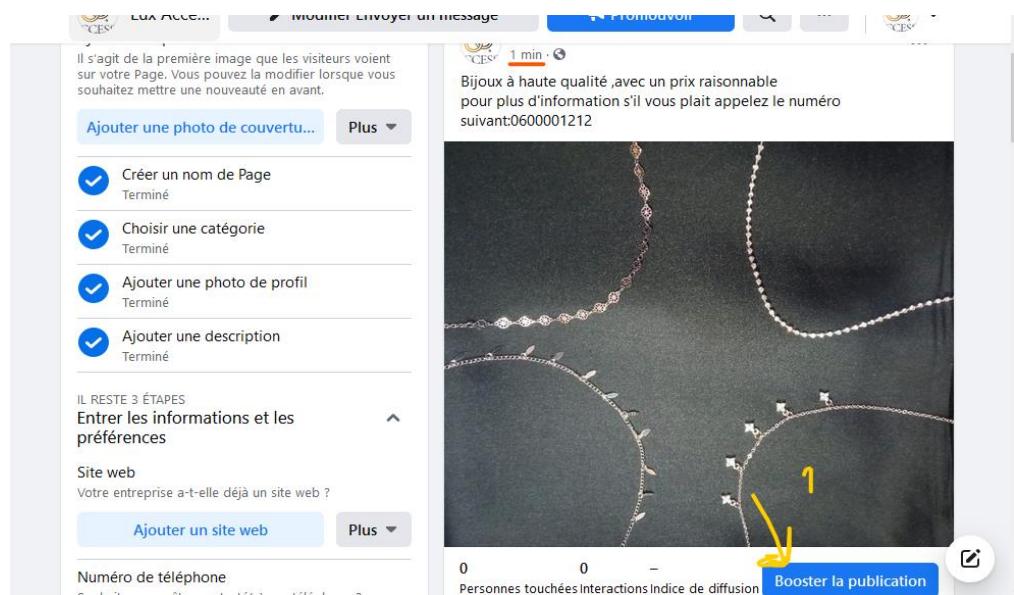
- ♠ Être court (essayez de ne pas dépasser 300 caractères)
- ♠ Présenter clairement votre produit ou service

2) Evitez les images intégrant trop de texte

Ça va de pair avec le conseil précédent – les visuels que vous utilisez doivent avoir peu ou pas de texte. Facebook ne les autorise pas, pour la simple et bonne raison que celles-ci récoltent de moins bons résultats.

- 3) On ici la possibilité de booster directement la publication .on va faire sa après
- 4) On clique sur Publier
- 5) maintenant on appliquera l'ads sur la cette publication

a. On cliquera sur Booster la publication



This screenshot shows the 'Booster la publication' configuration dialog. It includes sections for 'Objectif' (set to 'Automatique'), 'Bouton' (button labeled 'Envoyer un message'), 'Message de bienvenue' (with a link to 'En savoir plus'), 'Catégorie publicitaire spéciale' (set to 'Publicités portant sur des enjeux sociaux (comme l'économie ou les droits civiques et sociaux), des élections, ou des personnalités ou campagnes politiques'), and an 'Aperçu de la publicité' section. At the bottom, there's a note about accepting terms and conditions, followed by a large blue 'Booster la publication' button.

This screenshot shows the final configuration of the 'Booster la publication' dialog. It includes sections for 'Audience' (choosing people via an intermediary), 'Durée' (duration set to 7 days until June 29, 2021), and a 'Résultats quotidiens estimés' section. It also shows a preview of the ad, a messaging section, and social sharing options. A large blue 'Booster la publication' button is highlighted with a yellow arrow.

Détails de l'audience
Lieu - Résidence États-Unis
Âge 18 - 65+

Créer

Durée
Jours 7 Date de fin 29 jun 2021

Budget total
Pays, Devise MA, USD Modifier

Couverture estimée : 115 - 333 personnes par jour
\$ 14,00

Résultats quotidiens estimés
Personnes touchées 115 - 333
Réponses 3 - 10

Récapitulatif du paiement
Votre publicité sera diffusée pendant 7 jours.
Budget total 14,00 \$ USD

En cliquant sur Booster la publication, vous acceptez les [Conditions générales](#) de Facebook. | [Pages d'aide](#) **Booster la publication**

Couverture estimée : 115 - 333 personnes par jour
\$ 14,00

Placements Facebook, Messenger, Instagram

Pixel Facebook Aucun Pixel

Moyen de paiement VISA, MasterCard, American Express, Discover

Ajouter un moyen de paiement

Résultats quotidiens estimés
Personnes touchées 115 - 333
Réponses 3 - 10

Récapitulatif du paiement
Votre publicité sera diffusée pendant 7 jours.
Budget total 14,00 \$ USD

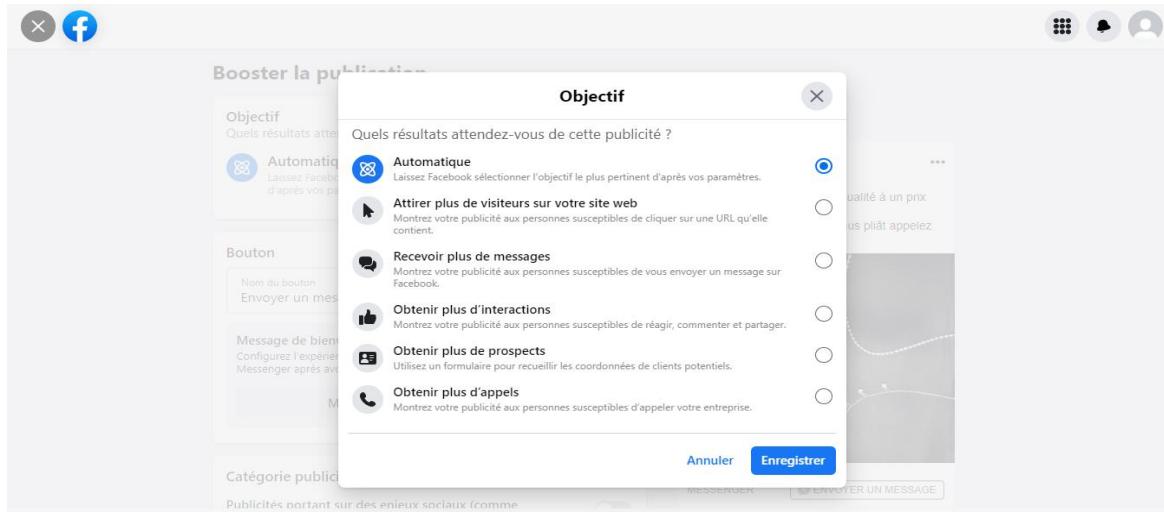
En cliquant sur Booster la publication, vous acceptez les [Conditions générales](#) de Facebook. | [Pages d'aide](#) **Booster la publication**

Il faut remplir les différents attributs dans ses images ci-dessous

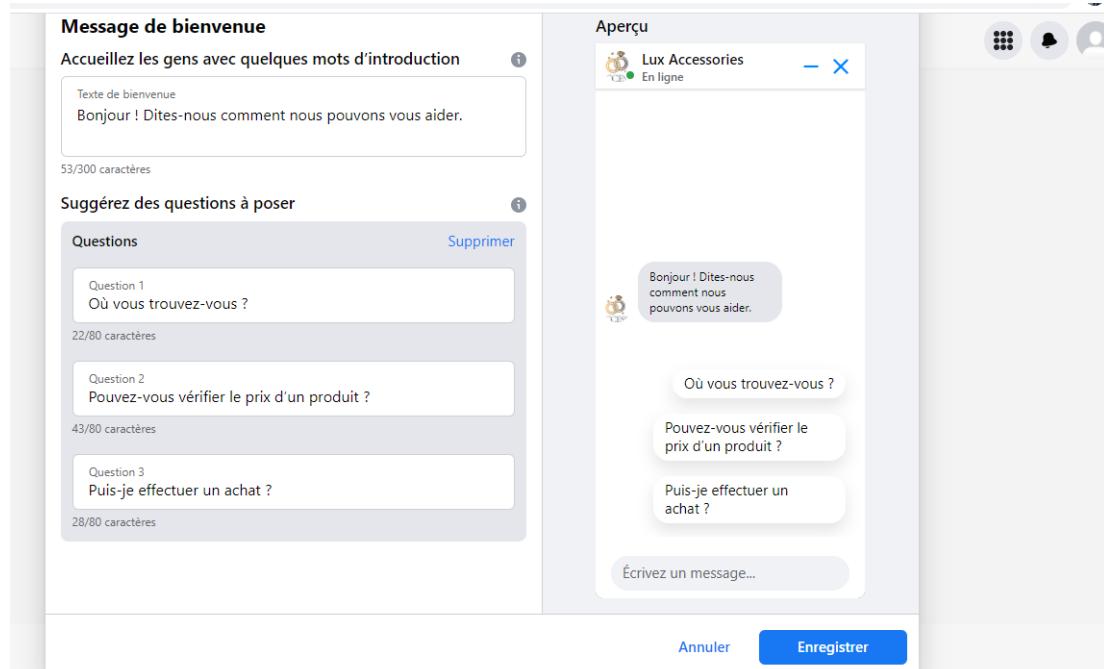
Cet image ci-dessous montre comment la publication affichera deviens la public



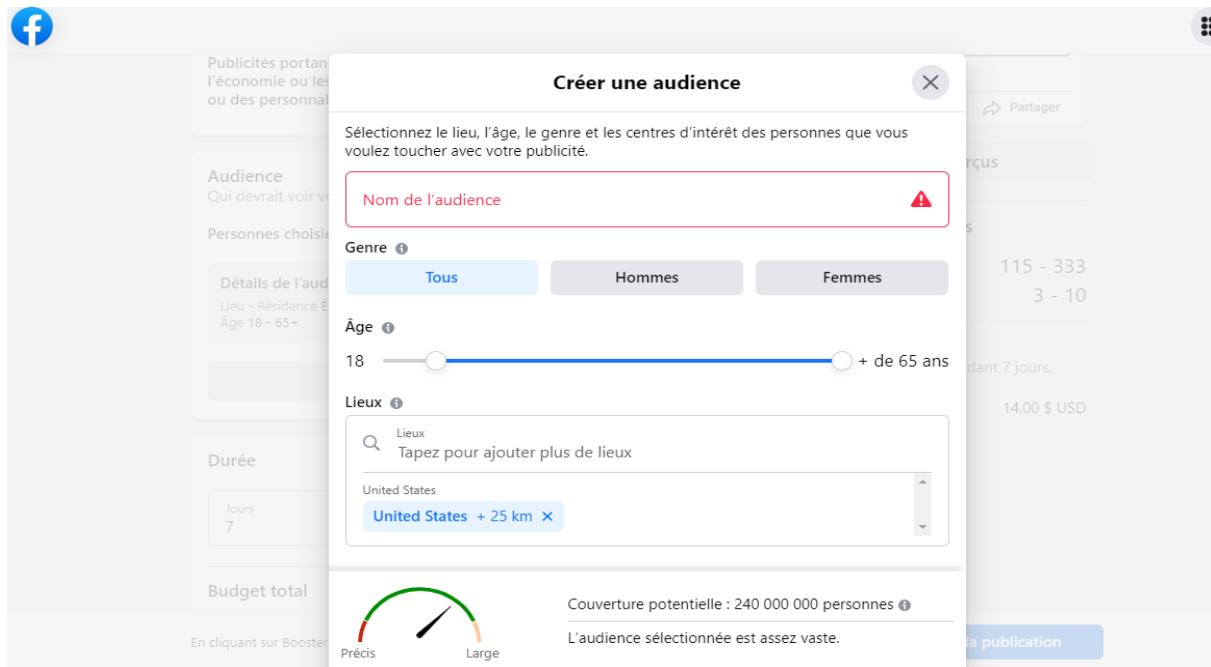
- Définir l'objectif



- Si la première fois pour faire l'ads il faut définir les messages automatique de chantage avec les intéressants



- On définit l'audience
 - créer une nouvelle audience
 - utilise une audience qui est déjà créée



On choisit le nom de notre audience, le Genre et l'âge.



Et après on choisit la location dans lequel on va publier notre publication



Si on veut de contrôler bien sur la cible on peut choisir d'autre information à l'aide de « ciblage avancé »

Ciblage avancé

Personnes démographiques Intérêts Comportements Plus de catégories

Atteignez les personnes en fonction de leur éducation, emploi, foyer et style de vie. Certaines données ne sont disponibles qu'aux États-Unis.

Formation

Finance

Événements marquants

Parents

Relation

Professionnel

Audience

Qui devrait voir votre publication

Personnes choisies

Détails de l'audience

Lieu - Résidence États-Unis

Age 18 - 65+

Durée

Jours 7

Budget total

On définira l'horaire et le budget

The screenshot shows the budget configuration section of the Facebook Ads Manager. It includes fields for duration (4 days), budget total (\$4.00), and estimated daily reach (724 - 2.1K). The placement is set to Facebook, Messenger, and Instagram. A note at the bottom states: "En cliquant sur Booster la publication, vous acceptez les [Conditions générales](#) de Facebook. | [Pages d'aide](#)". A blue button labeled "Booster la publication" is visible.

On peut aussi de modifier lieu et devise concernant le budget

A modal dialog titled "Lieu et devise" (Location and currency) is displayed. It contains three dropdown menus: "Pays/région" (Maroc), "Devise" (Dollar américain), and "Fuseau horaire" (GMT +01:00) Heure de Casablanca. A note below the fields states: "Votre localisation et votre devise ne peuvent pas être modifiées une fois configurées." Buttons for "Fermer" (Close) and "Enregistrer" (Save) are at the bottom right.

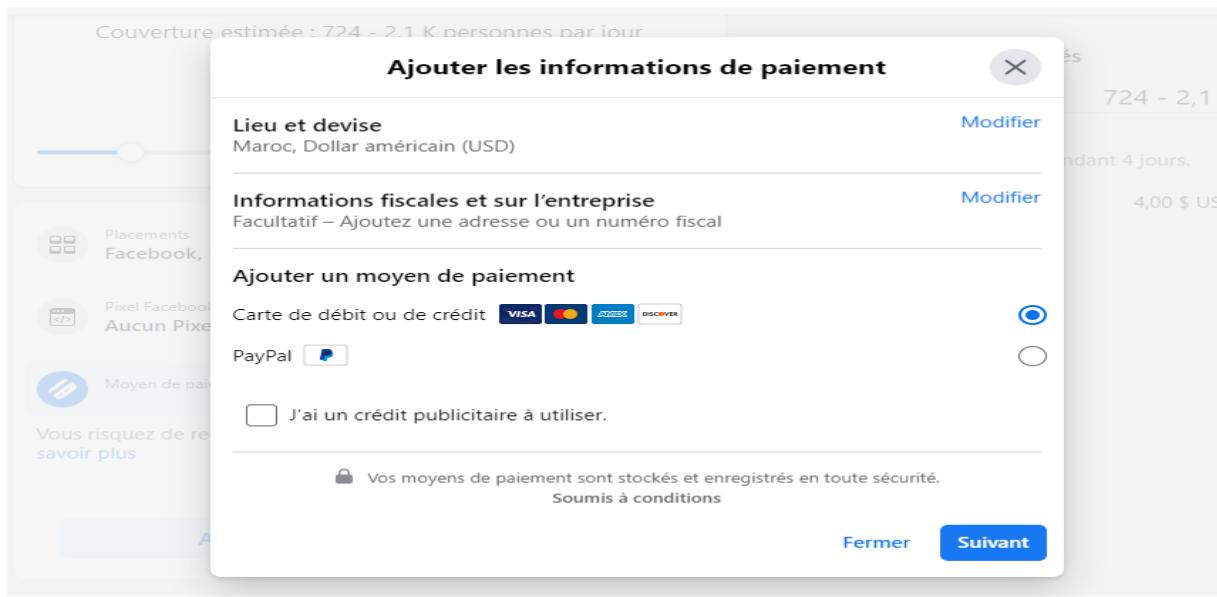
On peut aussi de définir l'autre réseau sociaux pour publier ce publication comme instagra. Et de choisir le moyen de paiement

The screenshot shows the placement and payment method configuration. Under "Placements", "Facebook", "Instagram", and "Messenger" are selected. The "Pixel Facebook" section is set to "Aucun Pixel". Under "Moyen de paiement", it says "Vous risquez de recevoir plusieurs factures pour cette publicité. En savoir plus" (You may receive multiple invoices for this ad. [Learn more](#)) and lists payment methods: VISA, MASTERCARD, PAYPAL, and DISCOVER. A blue button labeled "Ajouter un moyen de paiement" (Add payment method) is at the bottom.

On remplir la différente information consternant le paiement

On peut paie par Pypal c'est un paiement en ligne

Ou bien par la carte bancaire



Et après on vérifier et on valider la campagne.

Suivre la campagne: pour suivre la campagne on accèdera au lien

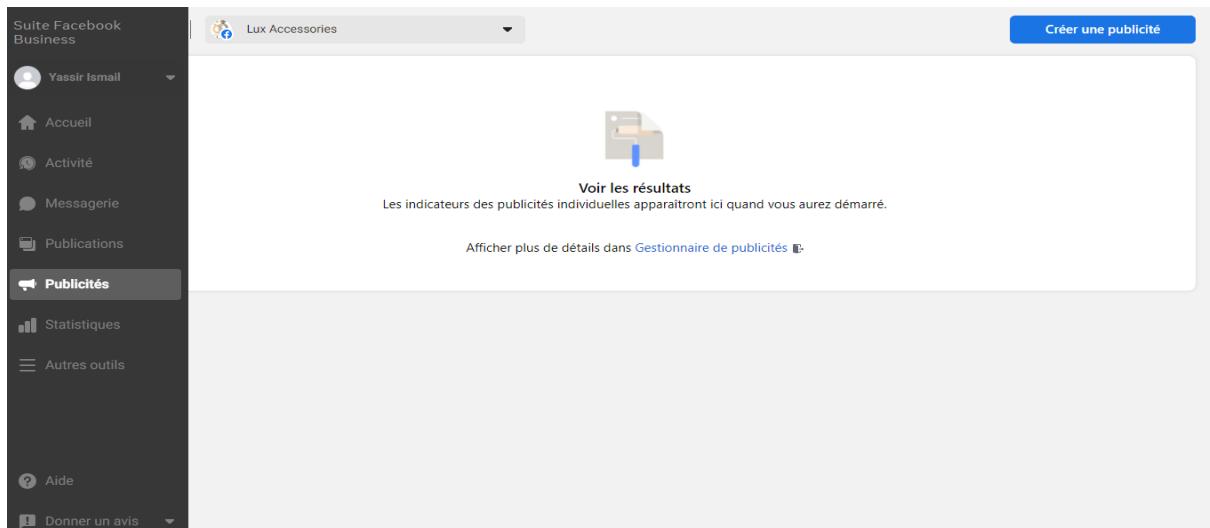
« <https://business.facebook.com> »

The screenshot shows the Facebook Business Manager dashboard for the page "Lux Accessories". On the left is a sidebar with navigation links like Accueil, Activité, Messagerie, Publications, Publicités, Statistiques, and Autres outils. The main area displays the page's cover photo, its name, and a "Créer une publication" button. Below this are sections for "Mises à jour" (Updates) and "Publications récentes" (Recent posts). The first post is from June 22, 2021, at 14:29, sharing a link about jewelry. The second and third posts are also from June 22, 2021, at 14:25 and 14:23 respectively, with "Boost indisponible" (Boost unavailable) buttons. To the right, there's a "Statistiques" (Statistics) panel showing "Tendances" (Trends) and "Audience" (Audience) data, along with a "Voir toutes les statistiques" (View all statistics) button. A green arrow points from the sidebar to the "Accueil" button, and another green arrow points from the top right of the main content area towards the "Statistiques" panel.

1. On choisir le compte Facebook

2. on choisir la page qui on veut le suivre

3. comme on remarque il y a plusieurs Buttons qui permet de nous donne beaucoup d'informations sur les publicités quant a fait



❖ Remarque :

- On peut faire les campagnes publicitaires à l'aide de plusieurs méthodes
- On peut directement créer une publicité dans ce site et de déterminer les différents champs (l'objectif, audience,...)

10. Conclusion

Il existe pour chacun de nous un seuil psychologique à partir duquel on préfère renoncer à l'ancien et acheter du neuf. Tout le travail du marketing consiste à l'abaisser le plus possible.

Généralement les gens achètent des choses qui n'ont pas besoin ms qui les aiment. Donc, le marketing prend en considération les intérêts du client pour savoir comment les convaincre à acheter.

Et le marketing digital rendre le partage des produits plus facile que celle traditionnelle.

Dans notre projet on a fait un exemple concret qui applique les normes du marketing digital en créant une page Facebook. En prenant les colliers comme nos articles et luxe accessoires comme le titre de la page.