

Voici la Formation Complète en Facebook Ads, conçue pour aider les entrepreneurs, dropshippers, influenceurs et entreprises à générer des ventes et des prospects grâce à la publicité Facebook et Instagram.

L'objectif est qu'à la fin de cette formation, chaque apprenant sache créer, optimiser et scaler des campagnes Facebook Ads rentables.

Formation Complète : Maîtriser Facebook Ads

(by White-Hall)



Module 1 : Comprendre Facebook Ads et Son Algorithme

1.1 Pourquoi Faire de la Publicité sur Facebook et Instagram ?

- Facebook et Instagram comptent des milliards d'utilisateurs actifs
- Les publicités Facebook sont ciblées et rentables
- Fonctionnement du Business Manager et du Pixel Facebook

💡 Exemple : Un e-commerçant peut toucher des milliers de clients potentiels avec un budget réduit.

1.2 Comment Fonctionne l'Algorithme de Facebook Ads ?

- Le Quality Ranking et le Conversion Rate Ranking
- Pourquoi l'engagement influence le coût des publicités
- Comment Facebook choisit quelles annonces afficher

💡 Outil : Facebook Ads Library pour analyser les publicités concurrentes.

Module 2 : Configurer Son Compte et Son Business Manager

2.1 Créer et Paramétrer Son Business Manager

- Pourquoi utiliser le Business Manager et non le Boost de publications
- Ajouter un compte publicitaire, une page Facebook et un compte Instagram
- Sécuriser son compte avec l'authentification à deux facteurs

💡 Exemple : Un dropshipper doit utiliser plusieurs comptes publicitaires pour limiter les restrictions.

2.2 Installer et Configurer le Pixel Facebook

- À quoi sert le Pixel Facebook ?
- Installer le pixel sur un site web, Shopify, WordPress, ou une landing page
- Configurer les événements de conversion (Achat, Ajout au Panier, Lead)

💡 Exemple : Un coach en ligne peut suivre combien de prospects remplissent son formulaire.

Module 3 : Créer Sa Première Campagne Publicitaire

3.1 Les Objectifs Publicitaires Facebook (Conversion, Trafic, Engagement...)

- Quand utiliser Conversion vs Trafic vs Engagement
- Différence entre Ventes et Génération de Leads
- Comprendre le budget quotidien vs budget total

💡 Exemple : Un restaurant peut faire une pub “Génération de Leads” pour collecter des numéros WhatsApp.

3.2 Créer Une Audience Ciblée Pour Sa Campagne

- Ciblage par intérêts, comportements et démographie
- Ciblage avancé avec les audiences personnalisées
- Comment créer une audience lookalike (similaire)

💡 Exemple : Une boutique de vêtements peut cibler les abonnés des influenceurs mode.

3.3 Créer et Rédiger Une Annonce Efficace

- Choisir le format d’annonce (image, vidéo, carrousel, collection)
- Rédiger un texte publicitaire percutant
- Ajouter un Call-To-Action puissant

💡 Exemple : Une publicité avec “Offre limitée – 50% de réduction aujourd’hui !” booste les conversions.

Module 4 : Optimisation et Scalabilité des Publicités

4.1 Lire et Analyser les Résultats d’une Campagne

- Comprendre les métriques : CPM, CPC, CTR, ROAS
- Comment interpréter les performances dans le Business Manager
- Identifier ce qui fonctionne et ce qui doit être amélioré

💡 Exemple : Un CTR inférieur à 1% signifie que l’annonce doit être améliorée.

4.2 Optimiser une Campagne pour Réduire les Coûts

- Ajuster les enchères et le budget
- Tester plusieurs audiences et créatives
- Supprimer les placements non performants

💡 Exemple : Passer du format image au format vidéo peut améliorer le taux d'engagement.

4.3 Stratégies de Scaling pour Augmenter les Résultats

- Scaling vertical : Augmenter le budget graduellement
- Scaling horizontal : Dupliquer les campagnes performantes
- Retargeting avancé pour récupérer les prospects non convertis

💡 Exemple : Une boutique en ligne peut cibler les visiteurs qui ont ajouté un produit au panier sans acheter.

Module 5 : Stratégies Avancées et Automatisations

5.1 Remarketing : Récupérer les Clients Perdus

- Comment créer des publicités ciblant les visiteurs du site
- Relancer les personnes ayant regardé une vidéo ou interagi avec la page
- Offrir un code promo exclusif aux paniers abandonnés

💡 Exemple : "Votre panier vous attend ! 10% de réduction si vous commandez maintenant."

5.2 Publicités Dynamiques et Catalogues Produits

- Comment importer un catalogue e-commerce sur Facebook

- Lancer une publicité dynamique adaptée à chaque utilisateur
- Automatiser la mise à jour des produits

💡 Exemple : Amazon utilise les Facebook Ads dynamiques pour afficher des produits vus par l'utilisateur.

5.3 Facebook Ads pour le B2B et la Génération de Leads

- Comment cibler les entrepreneurs, freelances et dirigeants
- Collecter des leads avec les formulaires instantanés Facebook
- Stratégies pour vendre des services à haut ticket

💡 Exemple : Une agence digitale peut utiliser une publicité "Réservez un appel gratuit".

Module 6 : Gérer Son Budget et Éviter les Erreurs

6.1 Définir un Budget Publicitaire Rentable

- Comment déterminer son coût d'acquisition client (CAC)
- Calculer son ROAS (Retour sur Dépenses Publicitaires)
- Ajuster son budget en fonction des résultats

💡 Exemple : Si un lead coûte 5\$ et rapporte 50\$, la publicité est rentable.

6.2 Éviter les Restrictions et Problèmes de Comptes Publicitaires

- Pourquoi Facebook bloque certains comptes
- Comment éviter le shadow ban et les désapprobations d'annonces
- Que faire en cas de compte publicitaire désactivé

💡 Outil : Facebook Business Help pour contacter le support en cas de blocage.

🚀 Conclusion et Certification

🎯 À la fin de cette formation, l'apprenant sera capable de :

- ✓ Créer et gérer des campagnes Facebook Ads rentables
- ✓ Cibler les bons clients potentiels avec des stratégies avancées
- ✓ Utiliser le remarketing et les audiences lookalike pour maximiser les ventes

🚀 Prochaines étapes :

- Apprendre Google Ads pour une stratégie 360°
- Suivre la formation Marketing Digital pour combiner plusieurs stratégies