

TOURISME LANAUDIÈRE

INVESTIR SUR LES MÉDIAS SOCIAUX, PAR OÙ COMMENCER POUR MISER JUSTE

Par Ann-Sophie Martin-Métivier | Spécialiste médias sociaux et création de contenus

Tourisme 
Lanaudière

Formatrice

Ann-Sophie Martin-Métivier

Baccalauréat en communications
sociales - UQTR

Spécialiste médias sociaux et
création de contenus depuis
janvier 2020

Amoureuse de la région





Sommaire de l'atelier

- Pourquoi est-ce essentiel de faire de la publicité
- Présentation de la Mise en avant (Boost)
- Présentation du Gestionnaire de publicités de Facebook
- Dans quelle situation utiliser chaque méthode de promotion
- Les bases d'une bonne publicité

Pourquoi est-ce essentiel de faire de la publicité?

Les contenus organiques sont de moins en moins vus par les abonnés de vos pages.

Qu'est-ce qu'une portée organique?

Il s'agit du nombre de personnes que vous pouvez atteindre gratuitement en publiant sur votre page.

Pourquoi?

1. Plus de contenus se font concurrence pour être visibles dans le fil d'actualités.
2. Les mises à jour perpétuelles de l'algorithme de Facebook.

Découvrez le « Boost », ou la « Mise en avant »

Avantages

- Permet de faire de la publicité directement à partir de votre page Facebook, sans avoir à utiliser une autre interface;
- Belle introduction à la publicité sur Facebook avant d'utiliser le Gestionnaire de publicités;
- Parfait pour l'engagement et comme solution rapide (attention, engagement ne veut pas dire conversion);
- Permet d'augmenter la couverture potentielle de votre publication.



Tourisme Lanaudière
Publié par Tourisme Lanaudière · 27 février, à 08 h 02 · 🌐

Connaissez-vous Le Parc régional de la Chute-à-Bull? C'est un endroit parfait pour vous initier à la randonnée! [Narcity Québec](#) vous en parle juste ici! 📌

NARCITY.COM
Cette randonnée à 1h40 de Montréal mène au pied d'une chute glacée de 18m de hauteur

13 490
Personnes atteintes

1 348
Interactions

[Mettre la publication en avant](#)

Inconvénients

- Impossible de sélectionner la date de début de diffusion de la publicité;
- Options de configuration plus limitées;
- Options de ciblage plus limitées;
- Moins d'option de placements publicitaires;
- Option facile au niveau des dépenses, mais Facebook dépense le budget comme bon lui semble si on ne lui met pas de balises, donc pas nécessairement performant.

COMMENT « BOOSTER » UNE PUBLICATION FACEBOOK

7 ÉTAPES FACILES

ÉTAPE 1 : CHOISIR LA PUBLICATION À PROMOUVOIR

Choisissez votre publication.

The screenshot shows the Facebook interface for the page 'Tourisme Lanaudière'. The main content area displays a post from November 19, 2020, featuring a photograph of a barn at sunset. The post text reads: 'Novembre est gris, mais les couchers de soleil sont tout en couleurs... Le plus bel endroit pour les admirer, c'est où selon vous?' attributed to Steve Carignan (@scarignan75 sur Instagram). The post has 6,024 people reached and 270 interactions. A blue button labeled 'Promouvoir' is visible in the top right of the post area, with a red arrow pointing to it. The left sidebar contains navigation options for page management, and the bottom of the page shows a 'Mettre la publication en avant' button.

ÉTAPE 2 : CHOISIR VOTRE OBJECTIF

Facebook vous propose différents objectifs selon votre publication.

Pour une photo, une vidéo ou une publication avec un lien :

- Automatique;
- Obtenir plus de prospects;
- Obtenir plus de messages;
- Obtenir plus d'interactions; 
- Obtenir plus de visites sur le site Web; 
- Obtenir plus d'appels.



Mettre la publication en avant

Compte publicitaire
Lanaudière Médias Soci...

Objectif

Quels résultats attendez-vous de cette publication?



Automatique

Laissez Facebook sélectionner l'objectif le plus pertinent d'après vos paramètres.

Bouton

Étiquette de bouton

Envoyer un message

Message de bienvenue

Configurez l'expérience de bienvenue que les personnes voient sur votre publicité. [En savoir plus](#)

Modifier le message

Catégorie publicitaire spéciale

Publicités portant sur le crédit, l'emploi, les élections, les médias sociaux, des élections ou la politique

Audience

Qui devrait voir votre publicité?

Personnes que vous choisissez de cibler

Objectif

Quels résultats attendez-vous de cette publicité?



Automatique

Laissez Facebook sélectionner l'objectif le plus pertinent d'après vos paramètres.



Obtenir plus de messages

Montrez votre publicité aux personnes susceptibles de vous envoyer un message sur Facebook.



Obtenir plus de prospects

Utilisez un formulaire pour recueillir les coordonnées de clients potentiels.



Obtenir plus de visites sur le site Web

Montrez votre publicité à des personnes susceptibles de cliquer sur une URL qu'elle contient.



Obtenir plus d'interactions

Montrez votre publicité à des personnes susceptibles de réagir, de commenter et de partager.



Obtenir plus d'appels

Montrez votre publicité à des personnes qui sont susceptibles d'appeler votre entreprise.

Annuler

Enregistrer



En cliquant sur Mettre la publication en avant maintenant, vous acceptez les [Conditions générales](#) de Facebook.

[Pages d'aide](#)

Mettre la publication en avant maintenant

ÉTAPE 3 : CHOISIR LE BOUTON D'APPEL À L'ACTION

Selon l'objectif choisi, vous avez différentes options de bouton.

Voici les options pour l'objectif « Plus de visite sur le site Web » :

- Réservez maintenant;
- En savoir plus;
- Acheter;
- S'inscrire;
- Appeler maintenant.

Pour certains objectifs, vous devrez inscrire l'adresse URL du site Web où vous désirez diriger le trafic.



Mettre la publication en avant

Objectif

Quels résultats attendez-vous de cette publicité?



Obtenir plus de visites sur le site Web

Montrez votre publicité à des personnes susceptibles de cliquer sur une URL qu'elle contient.

Modifier

Bouton

Étiquette de bouton
En savoir plus

Adresse URL du site Web
lanaudiere.ca



Catégorie publicitaire spéciale

En savoir plus

Publicités portant sur le crédit, l'emploi ou le logement, ou encore sur des enjeux sociaux, des élections ou la politique



Audience

Qui devrait voir votre publicité?

Personnes que vous choisissez de cibler



Renseignements sur l'audience

Lieu - Habite à Canada : Rawdon Quebec
Âge 18 - 65+



Compte publicitaire
Lanaudière Médias Soci...

Aperçu de la publicité

Tourisme Lanaudière
Commandité · 🌐

Novembre est gris, mais les couchers de soleil sont tout en couleurs... 🌅 Le plus bel endroit pour les admirer, c'est où selon vous?

📷 par Steve Carignan (@scarignan75 sur Instagram)

LANAUDIERE.CA
Tourisme Lanaudière | Rapprochez-vous

J'aime Commenter Partager

Afficher tous les aperçus

Résultats quotidiens estimés

ÉTAPE 4 : CIBLER VOTRE AUDIENCE

Vous avez quatre options de ciblage :

- Personnes que vous choisissez de cibler;
- Personnes qui aiment votre Page;
- Personnes qui aiment votre Page et leurs amis;
- Personnes dans votre région.



The screenshot shows the Facebook audience targeting interface. At the top, it says "Audience" and "Qui devrait voir votre publicité?". Below this, there are four radio button options: "Personnes que vous choisissez de cibler" (which is selected), "Personnes qui aiment votre Page", "Personnes qui aiment votre Page et leurs amis", and "Personnes dans votre région". Under the selected option, there is a box for "Renseignements sur l'audience" with a pencil icon for editing. The details in this box are "Lieu - Habite à Canada : Rawdon Quebec" and "Âge 18 - 65+". At the bottom of the interface is a button that says "Créez une nouvelle audience".

Vous pourrez également créer votre propre auditoire et l'enregistrer pour de futures publicités.

Si vous sélectionnez **Personnes que vous choisissez de cibler**, vous pourrez modifier certaines caractéristiques sociodémographiques telles que :

- Le sexe;
- L'âge;
- Le lieu;
- Le ciblage avancé (permet d'inclure des personnes qui correspondent à certains critères).

Modifier l'auditoire

Sélectionnez le lieu, l'âge, le sexe et les intérêts des personnes que vous voulez atteindre avec votre publicité.

Sexe ⓘ

Âge ⓘ

18 65 ans et plus

Lieux ⓘ

Lieux
Taper pour ajouter plus de lieux

Canada

Ciblage avancé ⓘ

Pour des fonctionnalités de ciblage avancées, accédez au [Gestionnaire de publicités](#).

 Portée potentielle : 8 600 personnes

Votre auditoire est défini.

ÉTAPE 5 : DÉFINIR LA DURÉE ET LE BUDGET

Nous vous conseillons de viser un budget global sur un nombre de jour et de laisser l'algorithme de Facebook distribuer l'argent selon ses analyses de performance.

Durée

Jours ⊖ ⊕ 📅 Date de fin 9 mar 2021

Diffuser la publicité selon un calendrier

Jours

Fuseau horaire

Heures

Budget total

Pays, monnaie Changer

Portée estimée : de 574 à 1,7 k personnes par jour

\$ 50,00 ✎

Vous pouvez définir les journées pendant lesquelles vous voulez diffuser votre publicité.

Durée

Jours 5 ⊖ ⊕ 📅 Date de fin 9 mar 2021

Diffuser la publicité selon un calendrier

Jours

Jours de la semaine

- Dimanche
- Lundi ✓
- mardi ✓
- Mercredi ✓
- jeudi ✓
- vendredi ✓
- Samedi ✓

3:59

Pays, monnaie CA, CAD Changer

Portée estimée : de 574 à 1,7 k personnes par jour

\$ 50,00 ✎

Vous pouvez également choisir le fuseau horaire et les heures de publications.

Durée

Jours 5 ⊖ ⊕ 📅 Date de fin 9 mar 2021

Diffuser la publicité selon un calendrier

Jours

Jours de la semaine

Fuseau horaire

Utiliser le fuseau horaire de ce compte publicitaire (Heure de Dawson)

Heures

0:00 ○ ○ 23:59

Budget total

Pays, monnaie CA, CAD Changer

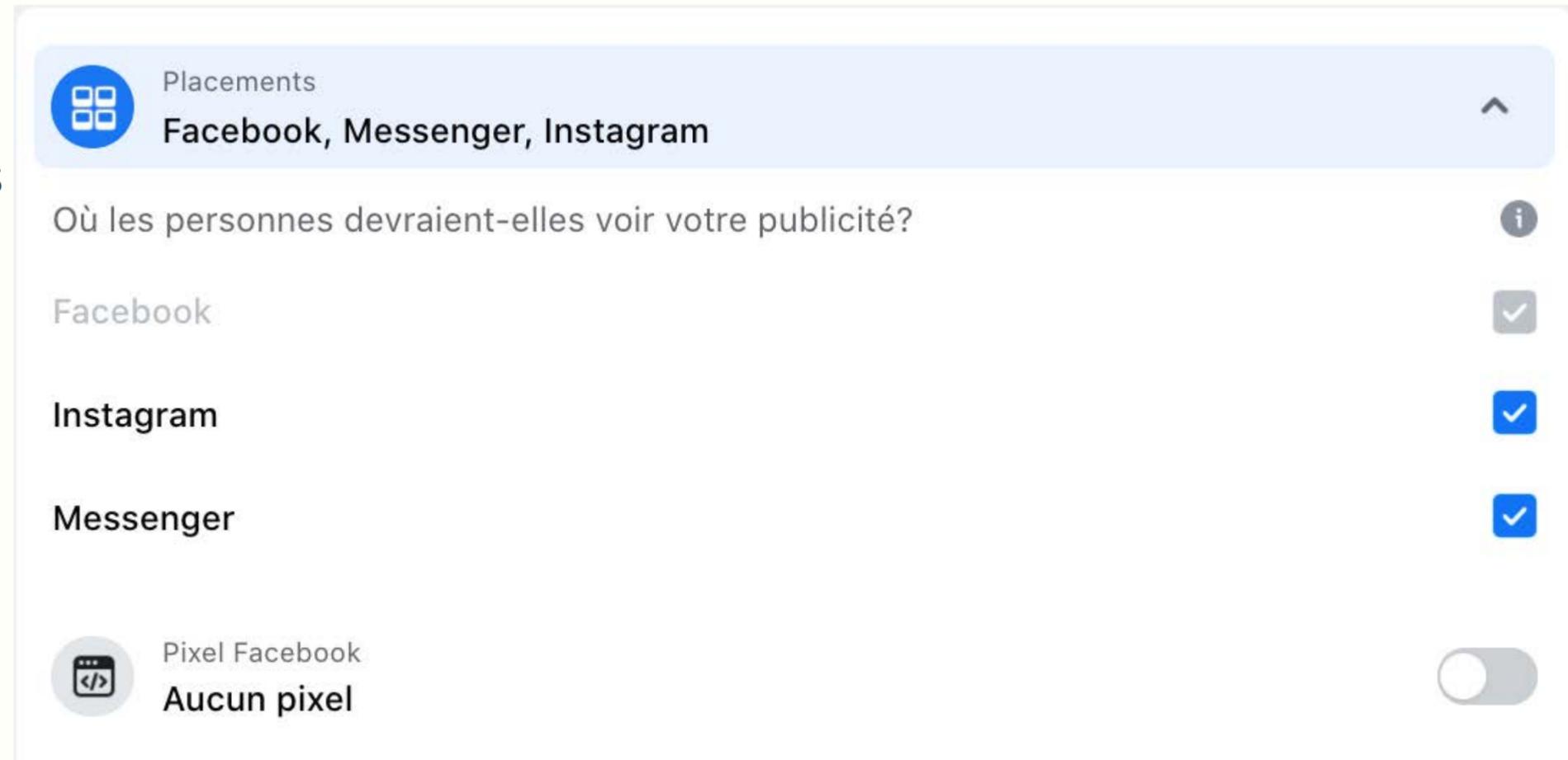
Portée estimée : de 574 à 1,7 k personnes par jour

\$ 50,00 ✎

ÉTAPE 6 : SÉLECTIONNER LES PLACEMENTS

Alors que Facebook vous recommande les placements automatiques, nous vous recommandons de gérer vous-même vos placements afin de garder un meilleur contrôle.

Lorsque vous mettez à l'avant une publication Facebook, faites-en la publicité seulement sur Facebook. Votre publication n'est pas adaptée pour les autres plateformes.



The screenshot shows the 'Placements' settings for a Facebook advertisement. At the top, there is a header with a grid icon, the text 'Placements', and 'Facebook, Messenger, Instagram'. Below this is the question 'Où les personnes devraient-elles voir votre publicité?' followed by an information icon. Three placement options are listed: 'Facebook' with a grey checkmark, 'Instagram' with a blue checkmark, and 'Messenger' with a blue checkmark. At the bottom, there is a section for 'Pixel Facebook' with a code icon and the text 'Aucun pixel', accompanied by a grey toggle switch.

ÉTAPE 6 : PAIEMENT

Sélectionnez le compte publicitaire que vous désirez utiliser pour lancer votre campagne.

Entrez votre paiement et cliquez sur **Mettre en avant**.

La publicité sera en cours d'examen, mais devrait commencer sa diffusion dans les minutes ou les heures suivantes.

Mettre la publication en avant

Objectif
Quels résultats attendez-vous de cette publicité?

 **Obtenir plus de visites sur le site Web**
Montrez votre publicité à des personnes susceptibles de cliquer sur une URL qu'elle contient. [Modifier](#)

Bouton

Étiquette de bouton
En savoir plus

Adresse URL du site Web

Aperçu de la publicité

Compte publicitaire
Lanaudière Médias Soci...



 Mode de paiement

Vous recevrez peut-être plus d'une facture pour cette publicité. [En savoir plus](#)

[Ajouter un mode de paiement](#)

ÉTAPE 7 : ANALYSE DES RÉSULTATS

Vous pouvez analyser les résultats de votre publicité à tout moment en vous rendant dans le **Centre des publicités** de votre page Facebook.

Quelques données à analyser :

- La portée;
- Les clics sur la publicité;
- Le nombre d'impressions.

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface for the page 'Tourisme Lanaudière'. The left sidebar contains navigation options: 'Gérer la Page', 'Page', 'Nouveau' (128 nouvelles), 'Centre des publicités' (selected), 'Boîte de réception' (42 nouveaux commentaires), 'App store de l'entreprise', 'Évènements', 'Ressources et outils', 'Rendez-vous', 'Creator Studio', and 'Gérer les offres d'emploi'. The main content area displays a 'Récapitulatif' for the last 60 days, showing that the page has spent \$0,00 on 0 ads. Below this, there are three metrics: 'Portée', 'Interaction avec la...', and 'Clics sur des liens', each with a placeholder '--'. A 'Publicités' section indicates that advertising activity is registered under the account's time zone. A 'Créer une publicité' button is visible. The right sidebar contains 'Outils' such as ' Vos préférences', 'Audiences', 'Paramètres de paiement', and 'Vérification de nom de domaine'. At the bottom right, there is a section 'Faites croître votre entreprise' with the text 'Interagissez avec des clients potentiels'.

Qu'est-ce que le **Gestionnaire de publicités Facebook**?

Interface qui permet de créer et gérer des publicités sur Facebook et son réseau d'applications (Instagram, Messenger et l'Audience Network).

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, it shows the current campaign: "Tourisme Lanaudière - Général (10150...)" with a refresh button and buttons for "Ignorer les brouillons" and "Vérifier et publier". Below this is a search bar labeled "Rechercher et filtrer" and a "Durée de vie" filter set to "7 mar 2012 - 23 fév 2021".

The main navigation area includes tabs for "Centre de ressources", "Campagnes" (selected), "Ensembles de publicités", and "Publicités". Below the tabs is a toolbar with buttons for "+ Créer", "Dupliquer", "Modifier", and various icons for campaign management (test, copy, refresh, delete, share, etc.), along with "Règles", "Voir la configuration", and "Rapports".

The bottom section shows a table with the following columns:

<input type="checkbox"/>	Nom de la campagne	Diffusion ↑	Stratégie d'enchère	Budget	Paramètre d'attribution	Résultats	Portée
--------------------------	--------------------	-------------	---------------------	--------	-------------------------	-----------	--------

Découvrez le **Gestionnaire de publicités Facebook**

Avantages

- Permet d'affiner le ciblage;
- Possible de faire du reciblage publicitaire;
- Plus d'options d'objectifs;
- Permet une analyse plus précise des retombées de la campagne.

Inconvénients

- Plus technique et moins intuitif;
- Besoin de créer un Business Manager.

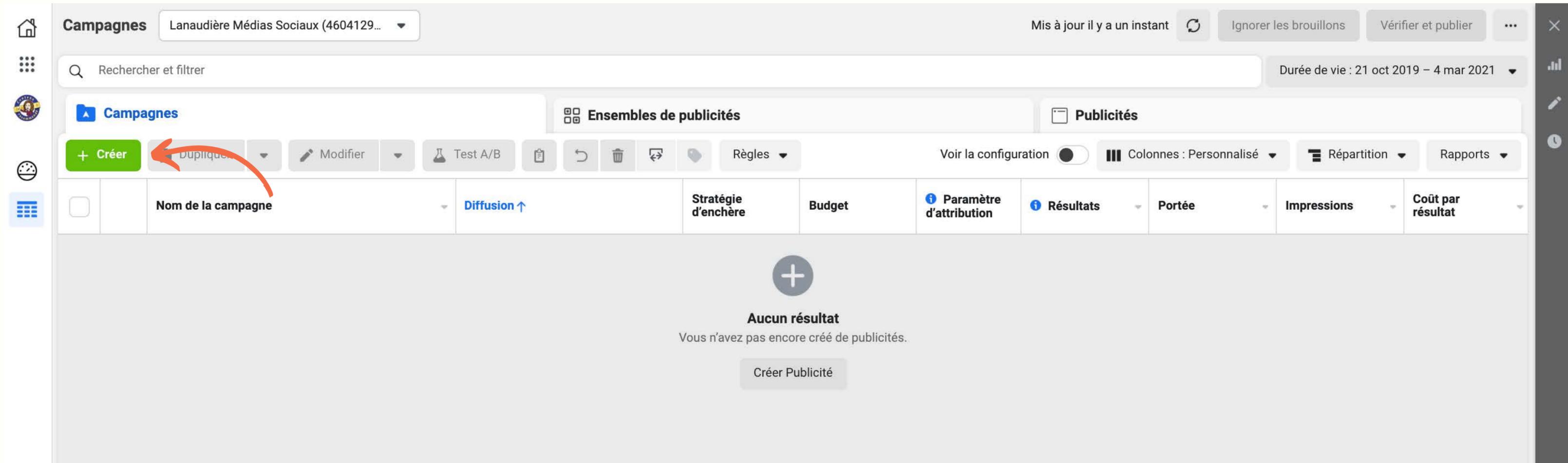
ÉTAPE 1 : DÉFINISSEZ VOTRE OBJECTIF ET LE MESSAGE QUE VOUS VOULEZ TRANSMETTRE

Avant de commencer le montage de votre publicité, définissez le sujet que vous voulez aborder et l'objectif derrière cette publication.

Comme toute publication, vos publicités doivent avoir un objectif et un but, encore plus puisque vous investissez de l'argent!

ÉTAPE 2 : CRÉER LA CAMPAGNE ET CHOISIR L'OBJECTIF

Rendez-vous au business.facebook.com pour accéder au **Gestionnaire de publicité Facebook**. Cliquez sur le bouton **Créer** pour commencer la création de votre campagne.



The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a navigation bar with 'Campagnes' and a dropdown menu for 'Lanaudière Médias Sociaux (4604129...)'. To the right, there are buttons for 'Mis à jour il y a un instant', 'Ignorer les brouillons', and 'Vérifier et publier'. Below this is a search bar 'Rechercher et filtrer' and a date range 'Durée de vie : 21 oct 2019 - 4 mar 2021'. The main area is divided into three tabs: 'Campagnes', 'Ensembles de publicités', and 'Publicités'. The 'Campagnes' tab is active, showing a toolbar with buttons: '+ Créer', 'Dupliquer', 'Modifier', 'Test A/B', and several icons for actions like 'Règles'. A red arrow points to the '+ Créer' button. Below the toolbar is a table header with columns: 'Nom de la campagne', 'Diffusion', 'Stratégie d'enchère', 'Budget', 'Paramètre d'attribution', 'Résultats', 'Portée', 'Impressions', and 'Coût par résultat'. The main content area shows a large plus sign icon and the text 'Aucun résultat' and 'Vous n'avez pas encore créé de publicités.', with a 'Créer Publicité' button below.

Après avoir cliqué sur **Créer**, vous arriverez ici . Sélectionnez votre objectif.

The screenshot displays the Facebook Ads management interface. At the top, the account name 'Lanaudière Médias Sociaux (4604129...)' is visible. The main navigation bar includes a search bar, a 'Durée de vie' filter set to '21 oct 2019 - 4 mar 2021', and buttons for 'Mis à jour il y a un instant', 'Ignorer les brouillons', and 'Vérifier et publier'. Below this, the 'Campagnes' section is active, showing a '+ Créer' button and options for 'Dupliquer', 'Modifier', and 'Test A/B'. A table with columns for 'Nom de la campagne' and 'Diffusion' is partially visible. In the foreground, a white dialog box titled 'Créer une campagne' is open, prompting the user to 'Choisissez un objectif de la campagne'. The dialog lists three categories of objectives: 'Sensibilisation' (Notoriété de la marque, Portée), 'Considération' (Trafic, Interactions, Installations d'application, Visionnements vidéo, Génération de pistes de vente, Messages), and 'Conversion' (Conversions, Ventes catalogue, Nombre de visites en magasin). An orange arrow points to the 'Conversion' section. At the bottom of the dialog are 'Annuler' and 'Continuer' buttons.

Catégories d'objectifs de campagne

Sensibilisation

Les objectifs de cette catégorie permettent de susciter un intérêt pour votre produit ou votre service. Améliorer la notoriété de la marque consiste à expliquer aux gens ce qui fait la valeur de votre entreprise.

Considération

Ces objectifs permettent de faire en sorte que les gens pensent à votre entreprise et cherchent à en savoir plus. Grâce à l'objectif Trafic, il est possible de créer une campagne qui encourage les gens à visiter le site de l'entreprise pour en savoir plus.

Conversion

Ces objectifs permettent d'encourager les gens intéressés par votre entreprise à acheter ou à utiliser votre produit ou votre service. Grâce à l'objectif Visites en boutique, il est possible de créer une campagne pour encourager les clients potentiels à s'arrêter au magasin de l'entreprise le plus près.

Lorsque votre choix est fait, nommez votre campagne et cliquez sur **Continuer**.

Créer une campagne

Choisissez un objectif de la campagne
[En savoir plus](#)

Sensibilisation

Notoriété de la marque

Portée

Considération

Trafic

Interactions

Installations d'application

Visionnements vidéo

Génération de pistes de vente

Messages

Conversion

Conversions

Ventes catalogue

Nombre de visites en magasin



Trafic

Redirigez les gens vers une destination, par exemple un site web, une app, un événement Facebook ou une conversation Messenger. [En savoir plus](#)

Donnez un nom à votre campagne • facultatif

Annuler **Continuer**

Créer une campagne

Visionnements vidéo

Génération de pistes de vente

Messages



Trafic

Redirigez les gens vers une destination, par exemple un site web, une app, un événement Facebook ou une conversation Messenger. [En savoir plus](#)

Donnez un nom à votre campagne • facultatif

Campagne
Inclut l'objectif de la campagne et l'optimisation du budget.

Exemple Atelier - H2021

Ensemble de publicités
Détermine votre audience, vos placements, votre calendrier et vos dépenses.

Nouvel ensem... | Donnez un nom à cet ensemble de publicités

Publicité
Contient l'ensemble des paramètres des contenus publicitaires

Créer une ... | Donnez un nom à cette publicité

Annuler **Continuer**

Vous arriverez sur cette page, cliquez sur suivant.

The screenshot shows a user interface for configuring a social media advertising campaign. On the left is a sidebar with navigation icons and a list of items: 'Exemple Atelier - H2021', 'Nouvel ensemble de publicités', and 'Nouvelle publicité'. The main area is titled 'Exemple Atelier - H2021' and contains several configuration sections:

- Nom de la campagne:** A text input field containing 'Exemple Atelier - H2021'. A 'Modifier' button and an 'Examen' icon are visible.
- Catégories publicitaires spéciales:** A section with a 'Désactivé' toggle switch. The text below reads: 'Vous devez déclarer si vos publicités portent sur le crédit, l'emploi, le logement, ou un enjeu social, électoral ou politique. [En savoir plus](#)'.
- Détails de la campagne:** A section with 'Enchères' and 'Objectif de la campagne' (set to 'Trafic'). A link 'Afficher plus d'options' is present.
- Test A/B:** A section explaining A/B testing. Below the text is a callout box with the title 'La création d'un test A/B a changé' and a 'Démarrer' button.
- Optimisation du budget de la campagne:** A section with a 'Désactivé' toggle switch. The text below reads: 'L'optimisation de votre budget de campagne répartira ce dernier sur vos ensembles de publicités pour obtenir de meilleurs résultats en fonction de l'optimisation de diffusion et de la stratégie d'enchère que vous avez choisies. Vous pouvez contrôler les dépenses pour chaque ensemble de publicités. [En savoir plus](#)'.

At the bottom of the page, there are two buttons: 'Fermer' and 'Suivant'.

ÉTAPE 3 : CRÉER VOTRE ENSEMBLE DE PUBLICITÉS

C'est dans cette section que vous définirez plusieurs éléments :

- La destination du trafic;
- Le budget et le calendrier de diffusion;
- L'audience;
- Les placements.

Nommez votre ensemble de publicités de manière stratégique et sélectionnez l'endroit où vous désirez diriger votre trafic.

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface for creating a new ad set. The breadcrumb navigation shows the path: Exemple Atelier - H2021 > h/f 20-65+ Rawdon/Repentigny, plein air/famille > 1 Publicité. The ad set name is "h/f 20-65+ Rawdon/Repentigny, plein air/famille". The traffic destination is set to "Site Web". The estimated daily results are: Atteindre 2,4K - 6,9K and Clics sur un lien 100 - 288. The dynamic content is currently disabled.

Nom de l'ensemble de publicités [Créer un modèle de nom](#)

h/f 20-65+ Rawdon/Repentigny, plein air/famille

Traffic

Choisissez où vous voulez générer du trafic. Vous pourrez saisir plus de détails sur la destination plus tard.

- Site Web
- Application
Choisissez l'application que vous souhaitez promouvoir. Vous pouvez promouvoir n'importe quelle application que vous avez enregistrée sur le site des développeurs de Facebook. [Obtenir de l'aide pour les publicités d'installations d'une application](#)
- Messenger
Redirigez les personnes qui voient vos publicités vers une conversation Messenger avec votre entreprise. Votre publicité sera diffusée aux personnes les plus susceptibles d'ouvrir Messenger.
- WhatsApp
Lorsqu'une personne clique sur votre publicité, une conversation avec votre entreprise s'ouvre dans WhatsApp. Votre publicité est montrée aux personnes plus susceptibles d'ouvrir WhatsApp.

Définition de l'auditoire

Spécifique Large

Portée potentielle : 26 000 000 personnes ⓘ

Votre public est raisonnablement large.

Résultats quotidiens estimés

Atteindre ⓘ
2,4K - 6,9K

Clics sur un lien ⓘ
100 - 288

Le degré de précision des estimations est basé sur des facteurs tels que les données de campagnes antérieures, le budget saisi, les données du marché, les critères de ciblage et le placement des publicités. Les chiffres sont fournis pour vous donner une idée des performances de votre budget, mais ce sont des estimations et non des garanties de résultat.

Contenu dynamique Désactivé

Fermer ✓ Toutes les modifications ont été enregistrées

Précédent Suivant

Complétez la section budget, ainsi que la date de début et de fin.

Budget et calendrier

Budget

Budget global ▼ \$50,00 CAD

Budget quotidien

Budget global

2021-3-5 06:00
Heure de Dawson

Fin

2021-3-12 22:00
Heure de Dawson

[Afficher plus d'options ▼](#)

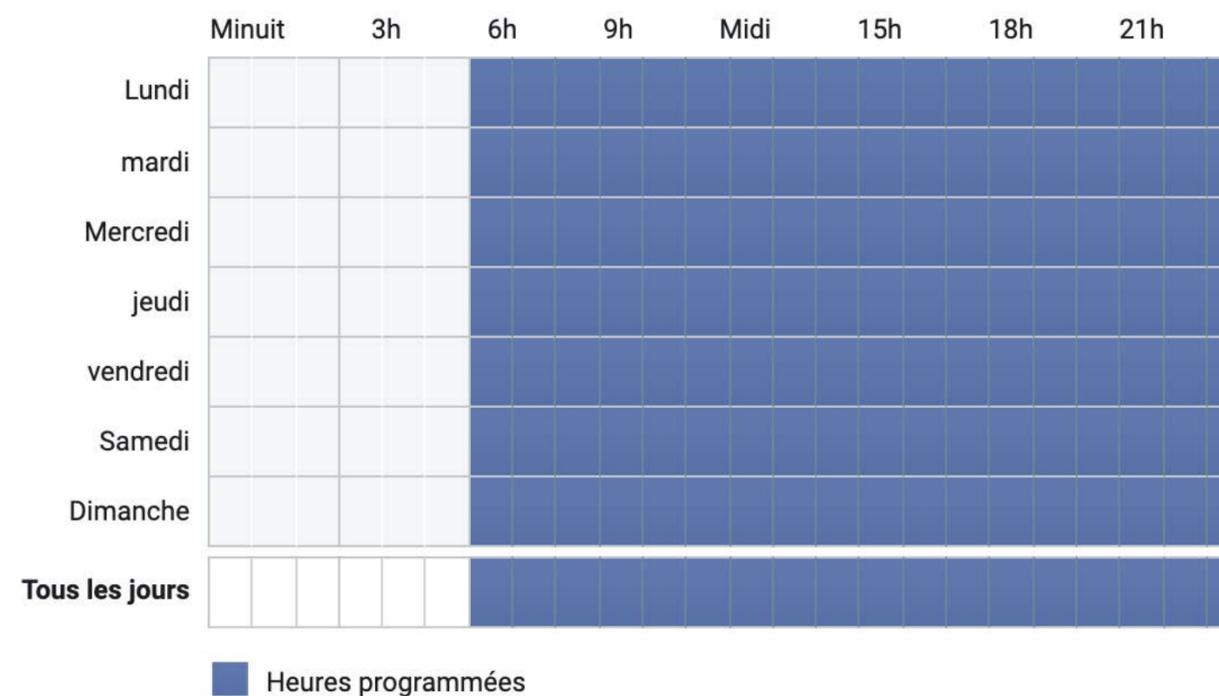
Sélectionnez les journées et les heures de publication de votre publicité.

Planification des publicités ⓘ

Diffuser les publicités selon un calendrier

Utiliser le fuseau horaire de l'internaute ▼

Nous programmerons vos publicités en fonction du fuseau horaire de la personne qui les voit. Par exemple, si vous sélectionnez 8h à 17h, nous montrerons vos publicités dans ce laps de temps dans le fuseau horaire local des visiteurs.



C'est maintenant le moment de créer votre audience.

Audience
Définissez l'auditoire de vos publicités. [En savoir plus](#)

Créer une audience Utiliser l'audience enregistrée ▼

Auditoires personnalisés Créer ▼

🔍 Rechercher des audiences existantes

Exclure

Lieux
Lieu :
• Canada

Âge
18 - 65+

Sexe
Tous les sexes

Ciblage avancé
Toutes les données démographiques, les centres d'intérêt et les comportements
Prolongement du ciblage avancé :
• Off

Langues
Toutes les langues

Tout comme le **Boost** vous pouvez définir :

- Le lieu;
- L'Âge;
- Le sexe;
- Le ciblage avancé.

Sélectionnez les plateformes et les endroits où vous voulez publier votre publicité.

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface for a campaign named "Exemple Atelier - H2021". The campaign is targeting "h/f 20-65+ Rawdon/Repentigny, plein air/famille" and consists of 1 ad. The interface is in "Brouillon" (Draft) mode.

Placements (Selected: Placements manuels)

- Placements automatiques (Recommandé)
Utilisez le placement automatique pour optimiser votre budget et montrer vos publicités à plus de personnes. Le système de diffusion de Facebook répartira le budget de vos ensembles de publicité sur différents placements, là où ils sont susceptibles d'obtenir les meilleures performances.
- Placements manuels
Choisissez manuellement les emplacements de diffusion de vos publicités ; Plus vous en sélectionnez et plus vous aurez de chances de toucher votre audience cible et d'atteindre vos objectifs commerciaux.

Appareils
Tous les appareils

Plate-formes

- Facebook
- Réseau d'audiences
- Instagram
- Messenger

Personnalisation de ressources
Sélectionner tous les placements qui prennent en charge la personnalisation de ressources

Placements

- Fils**
Donnez plus de visibilité à votre entreprise avec les publicités dans les fils d'actualité
- Stories**
Racontez une histoire très visuelle et enrichie grâce aux publicités verticales plein écran totalement immersives
- Intégrées**
Captez rapidement l'attention des visiteurs lorsqu'ils regardent des vidéos

Définition de l'auditoire
Votre auditoire est défini.
Spécifique | Large
Portée potentielle : 1 900 000 personnes

Résultats quotidiens estimés

- Atteindre : **781 - 2,3K**
- Clics sur un lien : **27 - 87**

Le degré de précision des estimations est basé sur des facteurs tels que les données de campagnes antérieures, le budget saisi, les données du marché, les critères de ciblage et le placement des publicités. Les chiffres sont fournis pour vous donner une idée des performances de votre budget, mais ce sont des estimations et non des garanties de résultat.

[Ces estimations ont-elles été utiles?](#)

Image placeholder: Jasper's Market Sponsored - Image of a burger.

Plate-formes

- Facebook Instagram
 Réseau d'audiences Messenger

Personnalisation de ressources

4/14 placements prennent en charge la personnalisation de ressources

[Tout sélectionner](#)

Placements

- Fils**
- Donnez plus de visibilité à votre entreprise avec les publicités dans les fils d'actualité
- Fil d'actualité Facebook
- Fil Instagram
- Facebook Marketplace
- Fils vidéo Facebook
- Colonne de droite Facebook
- Instagram Explore
- Boîte de réception Messenger
- Fil d'actualité des Groupes Facebook
- Stories**
- Racontez une histoire très visuelle et enrichie grâce aux publicités verticales plein écran totalement immersives
- Stories Instagram
- Stories Facebook
- Stories Messenger



Stories Facebook

Nous recommandons le format **plein écran vertical (9:16)** pour les images ou les vidéos.

- Intégrées**
- Captez rapidement l'attention des visiteurs lorsqu'ils regardent des vidéos
- Vidéos in-stream Facebook
- Rechercher**
- Bénéficiez de visibilité pour votre entreprise lorsque les gens font des recherches sur Facebook
- Résultats de recherche sur Facebook
- Messages**
- Envoyez des offres ou des actualités aux personnes déjà en contact avec votre entreprise
- Messages sponsorisés Messenger
- In-Article**
- Interagissez avec les personnes qui lisent du contenu des éditeurs
- Instant Articles Facebook
- Apps et sites web**
- Augmentez votre couverture grâce aux publicités dans les apps et sites web externes
- Publicité Audience Network native, bannière et interstitielle
- Vidéos récompensées Audience Network
- Vidéos in-stream Audience Network

[Afficher plus d'options](#)



Instant Articles Facebook

Nous recommandons le format **horizontal (1.91:1)** pour les images ou les vidéos.

Définissez l'Optimisation de votre diffusion.

Optimisation et diffusion

Optimisation pour la diffusion des publicités

Clics sur un lien ▼

Vues de page de destination

Nous montrerons vos pubs aux personnes les plus susceptibles de cliquer sur le lien contenu dans la pub et d'afficher le site web ou l'Instant Experience.

Clics sur un lien

Nous diffuserons vos publicités aux personnes les plus susceptibles de cliquer sur celles-ci.

Impressions

Nous diffuserons vos publicités autant de fois que possible.

Portée unique quotidienne

Nous diffuserons votre publicité jusqu'à une fois par jour.

Déclencheur de facturation

Impression

Type de diffusion

Standard

CAD

vos publicités jusqu'à votre budget et d'obtenir le plus basse. Si vous souhaitez définir

ÉTAPE 4 : CRÉER VOTRE PUBLICITÉ

Nom de la publicité [Créer un modèle de nom](#)

Photo - Steve Carignan

Identité

Page Facebook

 Tourisme Lanaudière

Faire de la pub sur Instagram

Diffusez cette pub sur Facebook et Instagram en même temps pour atteindre plus de personnes qui comptent pour vous. [En savoir plus.](#)

 Ajouter un placement Instagram

Configuration de la publicité

Créer une publicité

Formats dynamiques et contenu publicitaire

Lorsque vous utilisez un catalogue, choisissez le format et le contenu publicitaire les plus susceptibles de correspondre aux attentes de la personne qui regarde votre publicité. [Découvrez comment](#)

Format

Vérification de vos modifications

Remplissez le champ URL de site web pour votre publicité. (#2061015) ...

Modifier la publicité

Aperçu désactivé

Créez une nouvelle publicité de A à Z:

Sélectionnez le format de votre publicité. Vous avez trois options :

1. Image/Vidéo unique



The image shows a Facebook advertisement for 'Tourisme Lanaudière'. The ad features a photograph of a unique wooden cabin built on stilts, with a red roof and a wooden deck. The cabin is surrounded by lush green trees. The text of the ad reads: 'Votre cour arrière, c'est tout Lanaudière avec ses refuges, yourtes et cabanes insolites 🤗!' and 'Village Perché- Ste-Béatrix, Qc'. At the bottom, there is a link to 'LANAUDIERE.CA' and a button that says 'En savoir plus'.

Tourisme Lanaudière
Commandité · 🌐

Votre cour arrière, c'est tout Lanaudière avec ses refuges, yourtes et cabanes insolites 🤗!

📍 Village Perché- Ste-Béatrix, Qc

LANAUDIERE.CA

Visitez nos cabanes insolites pour des vacances inoubliables |...

En savoir plus

2. Carrousel

 **Tourisme Lanaudière**
Commandité · 

Pour des vacances inoubliables, réservez dans l'un des chalets, gîtes et cabanes de Lanaudière! 🌲 Plaisir garanti!



Des chalets douille [En savoir plus](#) **Des gîtes accueillants**

👍 24 11 partages

 J'aime  Commenter  Partager

3. Collection

ple Atelier - H2021 >  h/f 20-65+ Rawdon/Repentigny, plein air/famille >  Photo 1 - Pourvoirie - H2021

[Modifier](#)  Examen

Image/Vidéo unique
Une seule image ou vidéo, ou un diaporama de plusieurs images

Carrousel
Au moins deux images ou vidéos déroulantes

Collection
Groupe d'éléments qui s'ouvre en mode plein écran sur un appareil mobile

Personnaliser votre expérience instantanée
Votre publicité collection inclut une expérience optimisée pour les appareils mobiles qui charge rapidement et capture instantanément l'attention des gens lorsqu'ils interagissent avec votre publicité. [En savoir plus](#)

Ce format de collection n'est pas compatible avec tous les placements que vous avez sélectionnés. Cette pub sera diffusée sur les placements mobiles pris en charge.

Choisir un modèle 

Recherchez une Instant Experience existante 

 Vous n'avez sélectionné aucune Instant Experience pour votre publicité. Veuillez sélectionner une Instant Experience à utiliser, ou créez-en une.

Contenu de création publicitaire
Sélectionnez le contenu multimédia, le texte et la destination de

En cliquant sur le bouton Publier, vous acceptez les [Conditions et règles publicitaires de Facebook](#).

Fermer  Toutes les modifications ont été enregistrées Ign

Vérification de vos modifications

Donnez un titre à votre publicité. (#1487517)
[Ajouter un titre](#)

Pour utiliser un contenu créatif dynamique, vous devez sélectionner un ensemble de produits au niveau de l'ensemble

Vous n'avez sélectionné aucune Instant Experience pour votre publicité. Veuillez sélectionner une Instant Experience à utiliser, ou créez-en une. (#2131024)
[Ajoutez une Instant Experience](#)

Missing product set for collection creation: Please select a product set to create a collection. (#1815500)

Aperçu désactivé

Ajoutez votre photo ou votre vidéo.

Exemple Atelier - H2021 > h/f 20-65+ Rawdon/Rep... > Photo 1 - Pourvoirie - H2... Erreur de configuration

[Modifier](#) Examen

Contenu de création publicitaire

Sélectionnez le contenu multimédia, le texte et la destination de votre publicité. Vous pouvez également personnaliser votre contenu multimédia et votre texte pour chaque placement. [En savoir plus](#)

Contenu multimédia

Ajouter une image ou une vidéo

Créer un diaporama Créer une vidéo

Texte principal

Décrivez le sujet de votre publicité

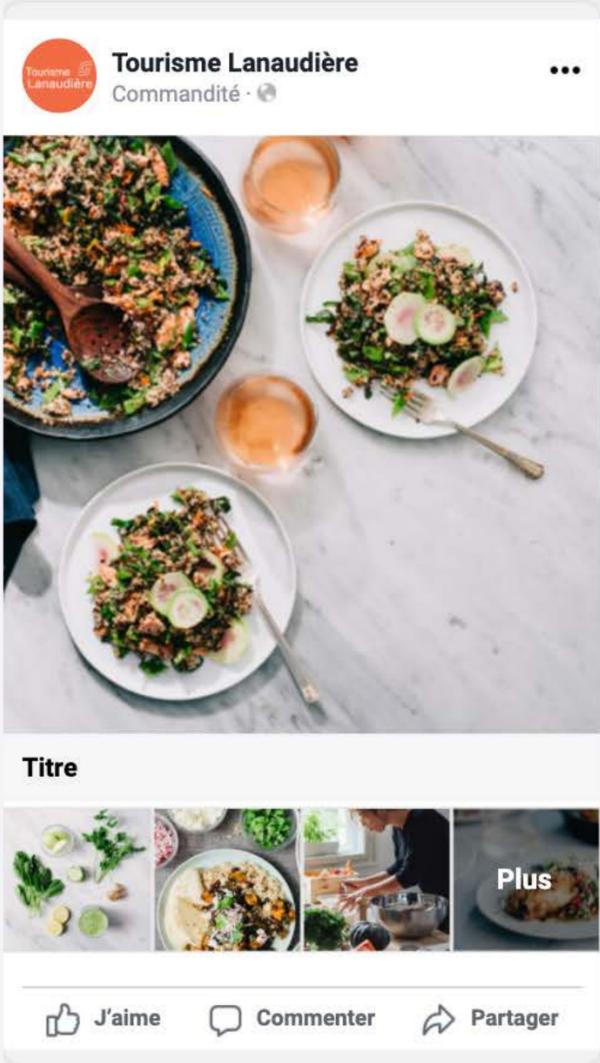
Titre · Facultatif

Écrivez un court titre

Donnez un titre à votre publicité.

Description · Facultatif

Fournir des renseignements supplémentaires



Le rendu des publicités et les interactions avec celles-ci peuvent varier en fonction de l'appareil,

Cliquez sur **Importer**.

Sélectionner l'image

+ Importer

Images du compte ▼

Rechercher des images



pourvoirie-la-...
1080 x 720



untitled
1125 x 1125



untitled
100 x 100



untitled
100 x 100

Choisissez votre image et cliquez sur **Suivant**.

Sélectionner l'image

+ Importer

Images du compte ▼

Rechercher des images

Respecte peut-être la politi... ▼

⚙️ ▼



Sans titre (7)...
1080 x 1080



pourvoirie-la-...
1080 x 720



untitled
1125 x 1125



untitled
100 x 100



untitled
100 x 100

Annuler

Suivant

Nous vous conseillons d'utiliser des images carrées. Si l'image que vous avez importée ne l'est pas, vous pouvez toujours la redimensionner.

Optimisez votre contenu publicitaire
Améliorez les performances en appliquant ces ajustements recommandés à votre contenu publicitaire.

Recadrez l'image pour chaque placement

Carré (1 : 1)
Fils

Apporter des modifications supplémentaires

Améliorations

Tous les placements

Carré (1 : 1)
Fils

Recadrer Changer



Annuler Terminer

Inscrivez ensuite le texte et le titre.

Contenu multimédia

1 placement



Fil d'actualité Facebook

Modifier ▼



Texte principal

1 sur 5

Amateurs de grand air et de nature, la Pourvoirie Auberge La Barrière vous accueille toute l'année! 🏔️ ❄️

⊕ Ajouter des o...

Titre · Facultatif

1 sur 5

Pour un séjour en nature parfait | Pourvoirie Auberge La Barrière

⊕ Ajouter des o...

Description · Facultatif

Fournir des renseignements supplémentaires



Tourisme Lanaudière

Commandité · 🌐



Amateurs de grand air et de nature, la Pourvoirie Auberge La Barrière vous accueille toute l'année! 🏔️ ❄️



POURVOIRIELANAUDIÈRE.C...

Pour un séjour en nature parfait | Pourvoirie...

EN SAVOIR PLUS

Entrez l'adresse URL du site web sur lequel vous voulez renvoyer les gens.

URL du site web

www.pourvoirielanaudiere.ca

 Aperçu de l'adresse URL

Paramètre de génération d'URL

Afficher le lien - Facultatif

Entrez le lien que vous voulez afficher dans votre publicité

Call-to-action

En savoir plus

Contenu de marque

Si cette publication présente une marque ou un produit tiers, vous devez identifier la Page de votre partenaire commercial. [Voir la politique sur le contenu de marque](#)

Page Facebook du partenaire

Recherchez par nom de Page

Compte Instagram du partenaire



Tourisme Lanaudière
Commandité · 

Amateurs de grand air et de nature, la Pourvoirie Auberge La Barrière vous accueille toute l'année!  

POURVOIRIELANAUDIÈRE.C...
Pour un séjour en nature parfait | Pourvoirie... [EN SAVOIR PLUS](#)

Révissez une dernière fois votre publicité et cliquez sur **Publier**.

Exemple Atelier - H2021 > h/f 20-65+ Rawdon/Rep... > Photo 1 - Pourvoirie - H2... Erreur de configuration

Modifier Examen

Suivi

Voix les mises à jour

Suivez les ensembles de données d'évènements qui contiennent les conversions que votre publicité pourrait motiver. L'ensemble de données qui contient la conversion sélectionnée pour le compte publicitaire sera suivi par défaut.

Évènement de site web ⓘ Configuration

App Events ⓘ Configuration

Évènements hors ligne ⓘ

Paramètres de l'URL · Facultatif

key1=value1&key2=value2

Paramètre de génération d'URL

Face... Développer

Fils

Tourisme Lanaudière Commandité ·

Amateurs de grand air et de nature, la Pourvoirie Auberge La Barrière vous accueille toute l'année! ❄️



POURVOIRIELANAUDIÈRE.C...
Pour un séjour en nature parfait | Pourvoirie... EN SAVOIR PLUS

J'aime Commenter Partager

En cliquant sur le bouton Publier, vous acceptez les Conditions et règles publicitaires de Facebook.

Fermer ✓ Toutes les modifications ont été enregistrées Ignorer le brouillon **Publier**

Pour utiliser une publication existante, déjà publiée :

Sélectionnez **Utiliser une publication existante**.

Ensuite, cliquez sur **Saisissez un identifiant de publication**.

Exemple Atelier - H2021 > h/f 20-65+ Rawdon/Reper

Mod

Configuration de la publicité

Utiliser une publication existante

Créer une publicité

Utiliser une publication existante

Utiliser une maquette Creative Hub

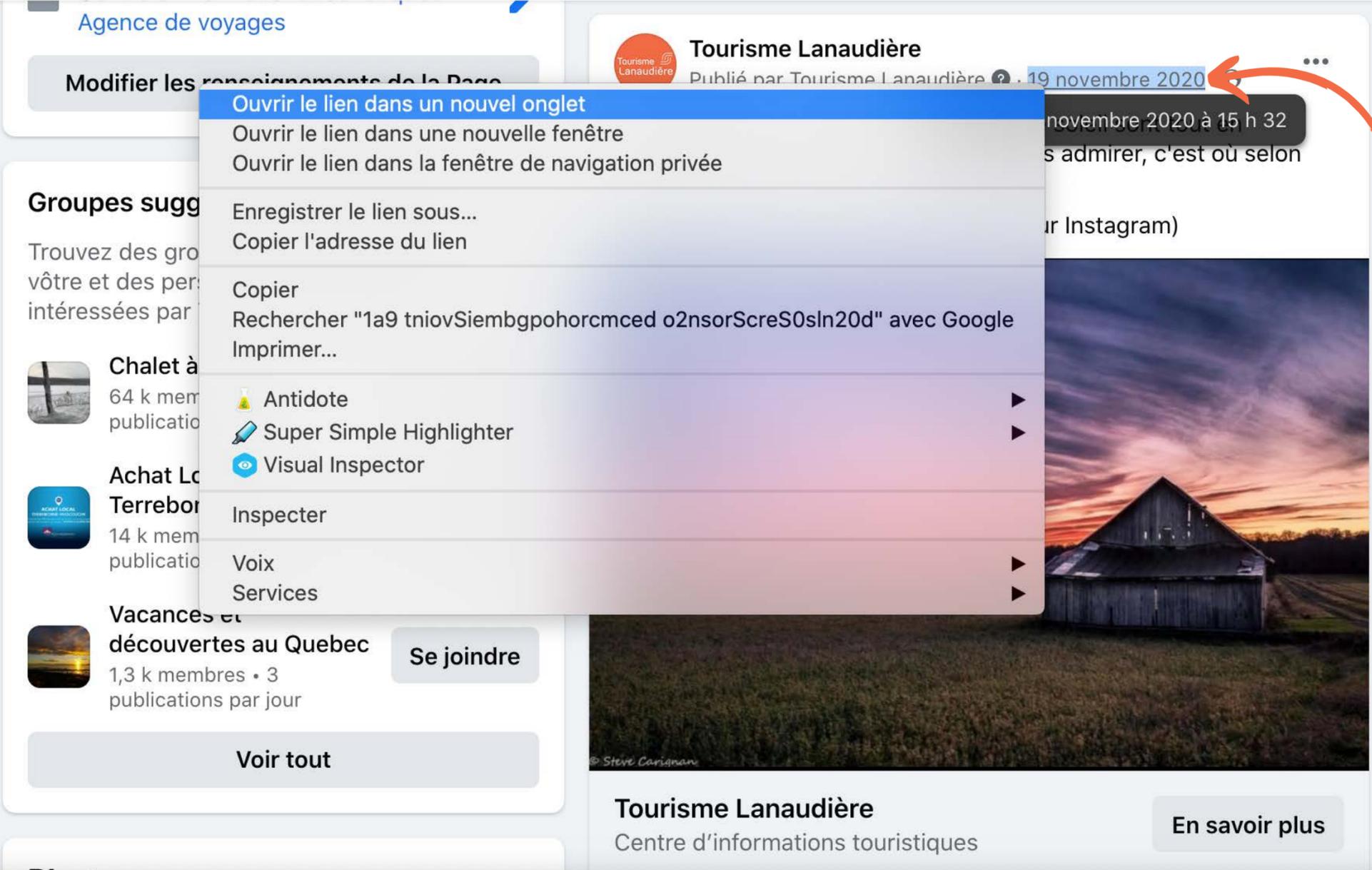
contenu multimédia et votre texte pour chaque placement. [En savoir plus](#)

Sélectionnez une pu... + Créer une publication

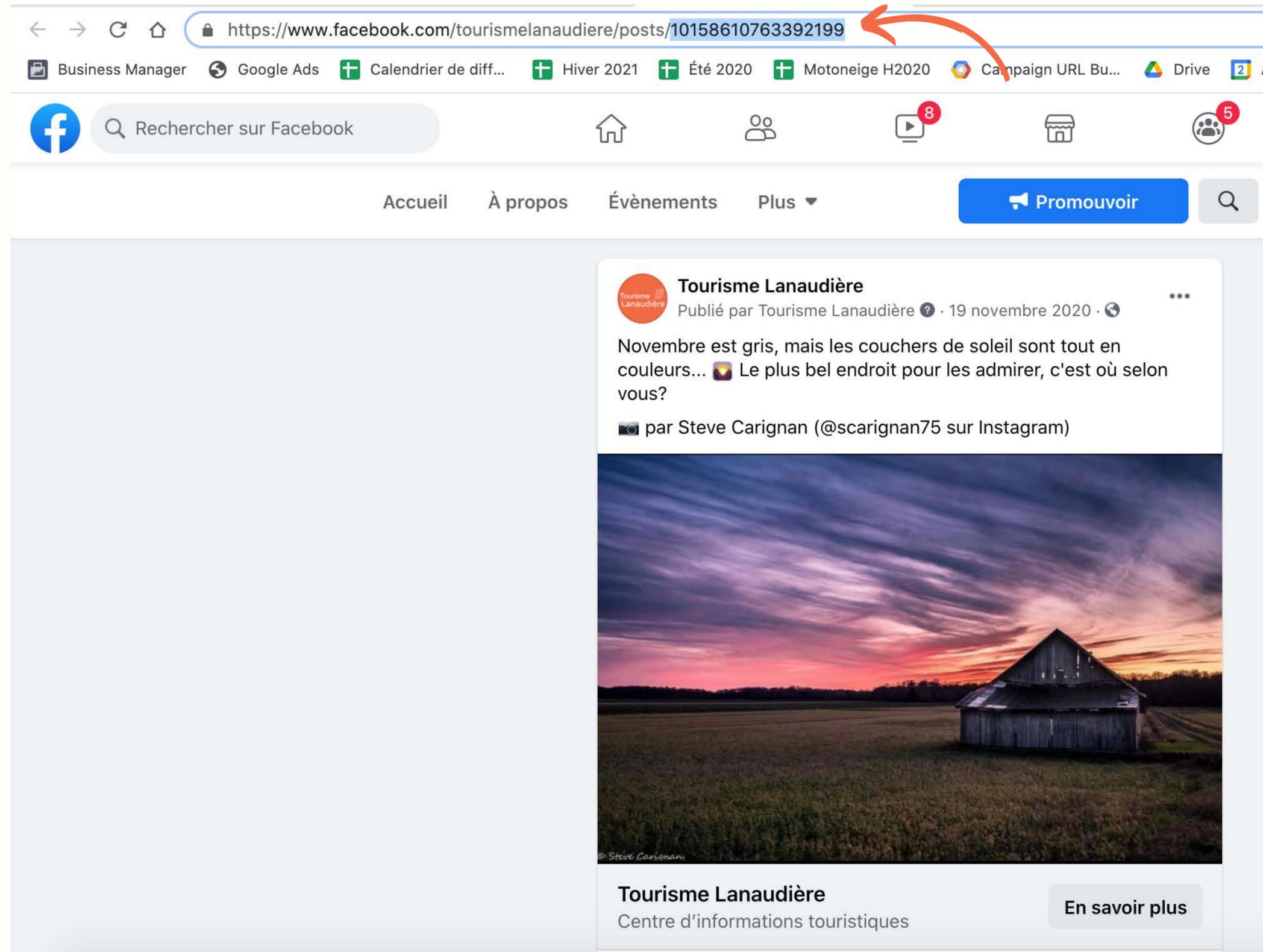
Sélectionnez une publication existante pour votre publicité.

Saisissez un identifiant de publication

Ouvrez la publication qui se trouve sur votre page dans un autre onglet en faisant un **clic droit** sur la date de publication.



Dans le nouvel onglet, copiez la série de chiffres se trouvant après la barre oblique, dans l'adresse URL, et collez-la dans l'identifiant de publication, dans le Gestionnaire de publicités.



The screenshot shows a web browser window with the Facebook URL <https://www.facebook.com/tourismelanaudiere/posts/10158610763392199> highlighted in the address bar. A red arrow points from the right side of the browser window to the post ID '10158610763392199'. The browser's taskbar shows several open tabs: Business Manager, Google Ads, Calendrier de diff..., Hiver 2021, Été 2020, Motoneige H2020, Campaign URL Bu..., Drive, and a calendar icon. The Facebook interface includes a search bar with the text 'Rechercher sur Facebook', navigation icons for home, friends, and a video player with a notification badge '8', and a 'Promouvoir' button. The main content area displays a post from 'Tourisme Lanaudière' published on November 19, 2020. The post text reads: 'Novembre est gris, mais les couchers de soleil sont tout en couleurs... 🌆 Le plus bel endroit pour les admirer, c'est où selon vous?' and is attributed to 'par Steve Carignan (@scarignan75 sur Instagram)'. The image shows a wooden barn in a field under a dramatic, colorful sunset sky. At the bottom of the post, the name 'Tourisme Lanaudière' and the description 'Centre d'informations touristiques' are visible, along with an 'En savoir plus' button.

Sélectionnez le **Bouton d'appel à l'action**. Vous avez une vingtaine d'option de boutons, choisissez celui qui vous convient, et entrez les informations nécessaires.

Ajouter un Call-to-action sur votre publication ✕

L'ajout d'un Call-to-action mettra à jour votre publication d'origine. Les options disponibles peuvent varier en fonction de la campagne, de l'ensemble de publicités ou des paramètres de publicité sélectionnés.

Call-to-action ⓘ

En savoir plus ▼

URL du site Web (obligatoire)

www.lanaudiere.ca

Annuler **Mettre à jour la publication**

Le bouton et le titre apparaîtront automatiquement. Lorsqu'on utilise une publication existante, il n'est pas possible de modifier le titre et la description.

Contenu de création publicitaire

Sélectionnez le contenu multimédia, le texte et la destination de votre publicité. Vous pouvez également personnaliser votre contenu multimédia et votre texte pour chaque placement. [En savoir plus](#)



Facebook Post

Novembre est gris, mais les c...

10158610763392199 - 19 nov 2020

Changez la publication

+ Créer une publication

[Saisissez un identifiant de publication](#)

Call-to-action

En savoir plus

<https://lanaudiere.ca/>

Changer

Supprimer

Tourisme Lanaudière
Commandité ·

Novembre est gris, mais les couchers de soleil sont tout en couleurs... Le plus bel endroit pour les admirer, c'est où selon vous?

par Steve Carignan (@scarignan75 sur Instagram)

Tourisme Lanaudière
Centre d'informations touristi...

EN SAVOIR PLUS

51 12 commentaires 8 partages

J'aime Commenter Partager

Entrez à nouveau le lien dans l'espace **Paramètre de l'URL**. Vous pourrez ensuite cliquer sur **Publier** dans le bas de la page.

Suivi

Suivez les ensembles de données d'évènements qui contiennent les conversions que votre publicité pourrait motiver. L'ensemble de données qui contient la conversion sélectionnée pour le compte publicitaire sera suivi par défaut.

[i Voir les mises à jour](#)

Évènement de site web [i](#) [Configuration](#)

App Events [i](#) [Configuration](#)

Évènements hors ligne [i](#)

Paramètres de l'URL · Facultatif

[Paramètre de génération d'URL](#)

1 placement

[Facebook](#)
Fils

 **Tourisme Lanaudière** [Commandité](#) [...](#)

Novembre est gris, mais les couchers de soleil sont tout en couleurs... 🌅 Le plus bel endroit pour les admirer, c'est où selon ... [Voir plus](#)



Tourisme Lanaudière
Centre d'informations turisti [EN SAVOIR PLUS](#)

DANS QUELLE SITUATION UTILISER CHAQUE MÉTHODE

Boost/Mise à l'avant

- Quand on veut cibler des gens qui nous connaissent déjà ou leurs amis;
- Quand on veut absolument que nos abonnés voient une publication;
- Quand on veut une solution rapide sans se casser la tête.

Gestionnaire de publicité

- Quand on veut pousser le ciblage des audiences;
- Quand on veut bien définir le calendrier de publication;
- Quand on a une campagne marketing globale bien définie avec des objectifs précis et qu'on veut pousser le marketing à un autre niveau.

RAPPEL DES BASES DES ÉLÉMENTS À TROUVER SUR UNE PUBLICATION PERFORMANTE

- Une belle image SANS texte;
- Un texte court, qui mène droit au but;
- Un lien URL pertinent.



Tourisme Lanaudière
Commandité · 🌐

Profitez du temps des sucres dans le confort de votre maison avec nos menus pour emporter! 🍁

LANAUDIERE.CA
10 cabanes à sucre qui offrent un menu pour emporter | Lanaudière

[En savoir plus](#)

**POUR CONCLURE, AMUSEZ-VOUS, FAITES DES TESTS, ET
ANALYSEZ VOS STATISTIQUES POUR COMPRENDRE LES
ÉLÉMENTS DE VOS PUBLICITÉS QUI CONTRIBUENT À LEUR
PERFORMANCE!**