



Atelier pratique

01
04



EXPERTISE COM

Faire de la publicité avec Meta Business Suite

DU LOCAL DANS MON POINT DE VENTE



**Faciliter l'accès à une
alimentation durable pour
tou.te.s**

Caisse de solidarité



Carnets de fidéli-bons



Expertise Marketing & Communication



pdv@mangerdemain.be

Qui sommes-nous?



BIOWALLONIE

Le bio aujourd'hui & demain



CONSUM
action

RÉSEAU DES PROFESSIONNELS
DE LA CONSOMATION



Collectif des Coopératives Citoyennes pour le Circuit Court asbl

Expertise communication : les nouveautés

Formations et
ateliers

Session de
brainstorming

Accompagnement
individuel

Ateliers pratiques

1. Publicité Meta Business Suite
2. Utilisation de Canva
3. Réorganiser mon assortiment
4. Publicité avec Méta Business Suite
5. Réaménager mon magasin sur plan
6. Site internet avec Wordpress
7. Google my Business

Des **ateliers pratiques** et **collectifs**
pour vous **exercer sur un outil** vu en
formation.

Nouvelles formations

1. Newsletter
2. Canva (débutant)
3. Formulaire et sondage

En plus des **formations** déjà
existantes.

L'expertise communication et
marketing est prolongée **jusque**
juin 2025.
Profitez-en!

<https://www.mangerdemain.be/expertise-communication/>

CADRE DE FORMATION

Chacun est garant·e du fonctionnement et du cadre



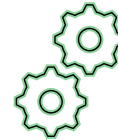
Ecoute et parole active



Respect du cadre, des horaires,
du matériel, de l'autre



Laisser à chacun la possibilité de
« conclure » son idée



Construction collective positive



Bienveillance : envers soi et les autres



Confidentialité des propos



Parler en « JE » -
responsabilité individuelle

OBJECTIF DE L'ATELIER

- Atelier pratique: réaliser une publicité avec la Meta Business Suite sur Facebook via son ordinateur
 - ✗ Pas une formation sur Meta Business Suite

BRISE-GLACE

- **Tour de présentation :**

- Prénom
- Nom de votre point de vente / structure
- "Avez-vous déjà fait de la publicité via la Meta Business Suite ?"

DÉROULÉ DE L'ATELIER

- ↪ 08h45 | Accueil
- ↪ 09h00 | Cadre de l'atelier
- ↪ 09h10 | Introduction à Meta Business Suite
- ↪ 9h40 | Création d'une publicité
 - 15' de théorie
 - 1h' de pratique individuelle
 - 30' d'échange collectif
- ↪ 11h25 | PAUSE
- ↪ 11h35 | Focus sur le Gestionnaire de publicités
- ↪ 11h45 | Evaluation et agenda

Expertise Marketing & Communication



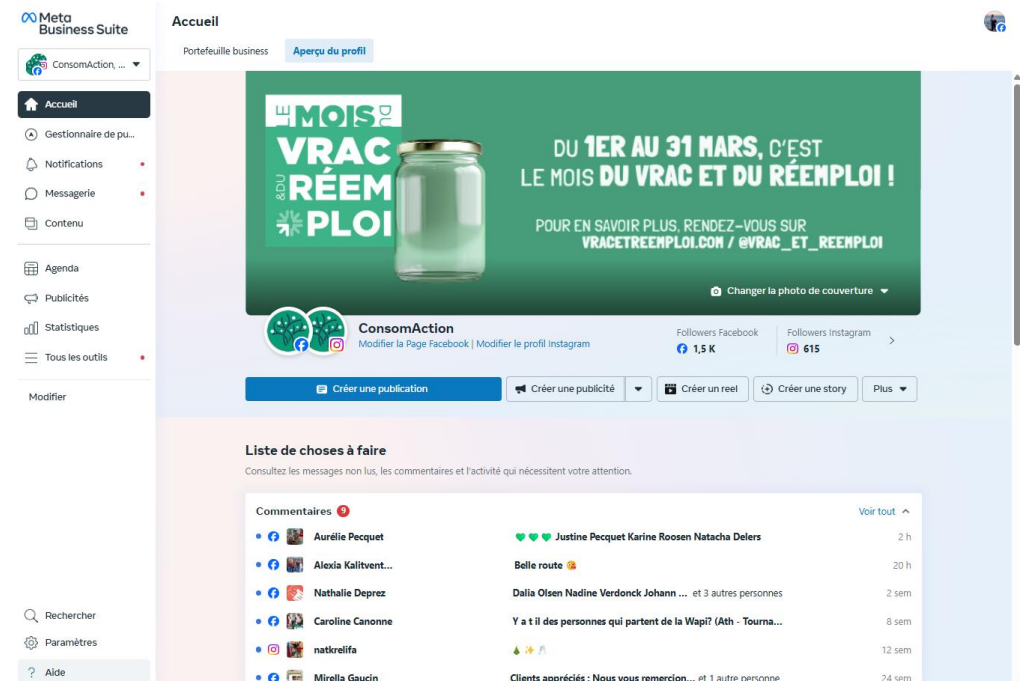


Partie 1

Introduction à Meta Business Suite

L'interface

- **Accueil** : Vue d'ensemble de votre compte et de vos activités.
- **Gestionnaire de publicités** : Création et gestion de vos publicités.
- **Notifications** : Alertes sur vos pages, commentaires, partages, tags..
- **Messagerie** : Gestion des messages reçus sur vos pages.
- **Contenu** : Planification et publication de vos posts.
- **Agenda** : Vue d'ensemble de vos contenus et créations.
- **Publicité** : Accès rapide aux options de publicité.
- **Statistiques** : Analyse des performances de vos contenus et pubs.
- **Tous les outils** : Accès à toutes les fonctionnalités de la suite.



Pourquoi utiliser Meta Business Suite?

- Gérez vos pages Facebook et Instagram à partir d'une seule plateforme.
- Créez et suivez vos publicités efficacement.
- Analysez les performances pour améliorer vos résultats.

Boost vs Pub

- Qui connaît la différence entre un boost et une publicité ?

Le boost

Le **boost Facebook** est une méthode simple pour promouvoir une publication existante de votre page.

Il se configure directement avec le bouton "Booster" sous une publication et vise des **objectifs limités** comme augmenter la visibilité, obtenir des interactions (mentions "J'aime", commentaires, partages) ou rediriger vers un site.

Le boost est rapide à mettre en place, mais offre des options de ciblage et des formats basiques.

Il convient pour ceux et celles qui veulent plus de portée ou d'engagement sans stratégie complexe.



La publicité

En revanche, la **publicité Facebook**, créée via la MBS, est beaucoup plus avancée.

Elle permet de définir des **objectifs variés** (conversions, ventes, génération de prospects, etc.) et offre un contrôle précis sur le ciblage (audiences personnalisées) et les formats (carrousel, vidéo, stories).

Elle est idéale pour des campagnes stratégiques avec des objectifs spécifiques et un meilleur retour sur investissement.

Publicités récentes

✓ Terminée • 26 sep 2024 • Créé par Aude ConsomAc [Voir les résultats](#)

Réponses aux évènements

 Festi'Vrac : La fête du vrac. de la co...



30 503
Vues

12 159
Couverture

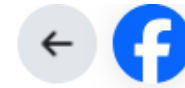
239
Réponses à des
évènements

41,41 €
Dépenses :
50,00 €



Promouvoir

- **Publicité automatisée** : est une annonce optimisée automatiquement par l'algorithme de Meta. Elle ajuste le budget, l'audience et les placements pour maximiser les résultats selon l'objectif choisi. Simple et efficace !
- **Choisir un type de publicité** : c'est définir l'objectif principal de la campagne (engagement, trafic, ventes, etc.) afin que l'algorithme optimise la diffusion des annonces en conséquence.
- **Booster le contenu** : consiste à promouvoir une publication existante pour atteindre un plus large public. Cela permet d'augmenter sa visibilité en payant pour qu'elle soit vue par plus de personnes, C'est une manière rapide de donner plus d'impact à un contenu.



Promouvoir



ConsomAction

Public



Publicités automatisées

Diffusez des publicités personnalisées qui s'ajustent avec le temps pour vous aider à obtenir de meilleurs résultats.



Choisir un type de publicité

Commencez par sélectionner votre propre type de publicité pour promouvoir votre entreprise



Booster le contenu

Créez une publicité à partir de votre contenu Facebook ou Instagram



Meta Business Suite



Les différents objectifs publicitaires possibles :

- Bien démarrer avec les publicités automatisées
- Créer un test A/B (comparer deux publicités pour savoir laquelle est la plus performante)
- Booster du contenu Instagram
- Obtenir plus d'appels
- Promouvoir votre entreprise au niveau local
- Attirer plus de personnes sur votre site web
- Recevoir plus de messages
- Booster le contenu Facebook
- Promouvoir votre page
- Obtenir plus de prospects

Choisissez un objectif



Bien démarrer avec les publicités automatisées ⓘ

Diffusez des publicités personnalisées qui s'ajustent avec le temps pour vous aider à obtenir de meilleurs...



Créer un test A/B ⓘ



Booster du contenu Instagram



Obtenir plus d'appels



Promouvoir votre entreprise au niveau local

Communiquez autour de chez vous



Attirer plus de personnes sur votre site Web

Créez une publicité qui renvoie vers votre site Web



Recevoir plus de messages

Créez une publicité qui comprend le bouton call-to-action de votre Page



Booster le contenu Facebook

Incitez plus de personnes à voir et à interagir avec les publications de votre Page



Promouvoir votre Page



Obtenir plus de prospects

Créez une publicité pour demander les coordonnées de clients potentiels



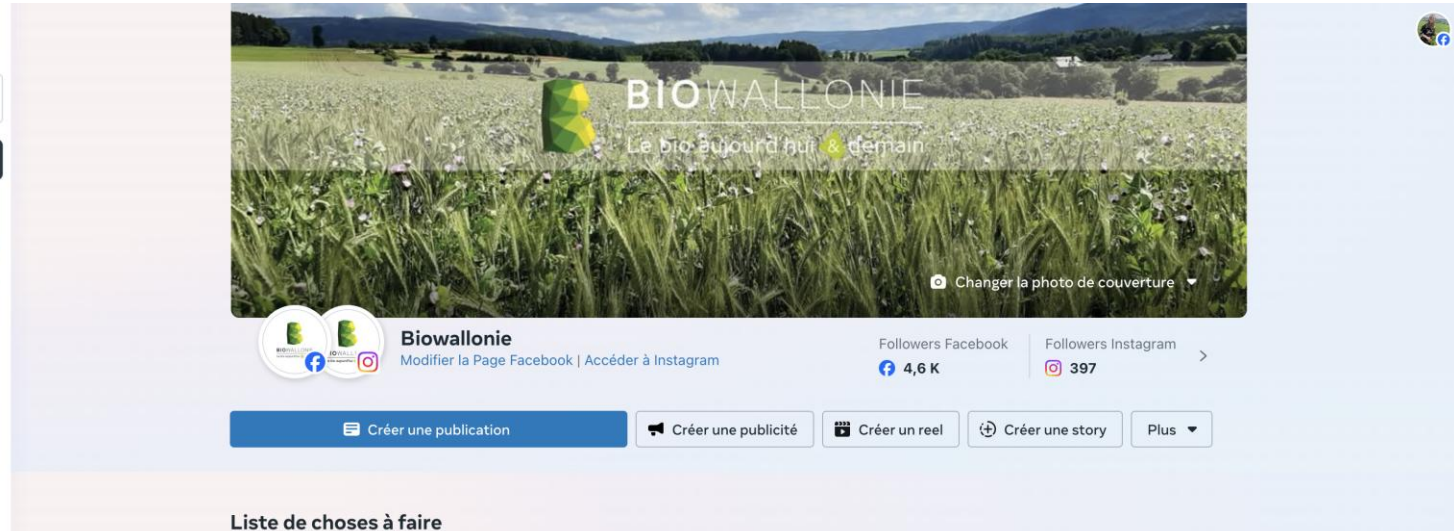
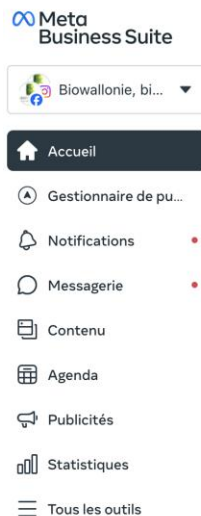
Partie 2

Création d'une publicité



Quelques notions théoriques

- Acheter un espace publicitaire avec Meta
- Diffuser ses publicités sur Facebook, Instagram, Messenger ou Audience Network
- Différentes possibilités: "Publicités" / "Gestionnaire de publicités" (// "Meta Ads Manager")



On décortique ensemble les étapes !

- Attention aux automatisations publicitaires proposées par Meta !
- Créer une publicité ayant pour objectif de "**promouvoir votre entreprise au niveau local**"
 - Le post qui va être configuré est un "Dark post"
 - **Décortiquons ensemble chaque étape!**

Exercice pratique

- A vous de jouer : créez votre propre publicité !
 - Réfléchir à l'objectif de la publicité.
 - Créer une publicité visuellement attrayante (titre accrocheur + logo + visuel) – quelque chose de simple et efficace.
 - Accompagner le visuel avec un texte accrocheur à mettre en description de la publicité.
 - Paramétrer la publicité.
 - Choisir de diffuser ou non, et définir le budget.

Exercice pratique

Création des publicités Meta

Infos nécessaires

Vidéos : Formats conseillés : 16:9 et/ou 4:5 et 9:16

Images : Formats conseillés : 1:1 (et 9:16 si possible, mais pas nécessaire)

- Texte principal (peut être long, mais la 1ère phrase doit être impactante car c'est celle qu'on voit sans cliquer sur "voir plus")
- Titre (quelques mots seulement - pas présent sur tous les formats)
- Description supplémentaire (rarement visible, mais donne plus d'infos dans certains cas - maximum 2-3 phrases)
- Page de destination : (le mieux c'est probablement directement la page du blog pour que les gens aillent lire les articles liés?)

Source: GiveActions, agence de marketing digital engagée (www.giveactions.com)

Exemples:



= Texte principal

= Contenu

= Titre



= Contenu

= Texte principal

Exercice pratique

Je passe
au vrac
et à la consigne

ADOPTER LA CONSIGNE
C'EST DONNER
PLUSIEURS VIES
À MES EMBALLAGES



UNE INITIATIVE DE
CONSUMaction
VERS PLUS DE VRAI, MOINS DE DÉCHETS

Je passe
au vrac
et à la consigne

ADOPTER LA CONSIGNE
C'EST DIMINUER
NOTRE PRODUCTION
DE DÉCHETS



UNE INITIATIVE DE
CONSUMaction
VERS PLUS DE VRAI, MOINS DE DÉCHETS

Je passe
au vrac
et à la consigne

ADOPTER LA CONSIGNE
C'EST RÉUTILISER
PLUSIEURS FOIS



UNE INITIATIVE DE
CONSUMaction
VERS PLUS DE VRAI, MOINS DE DÉCHETS

Je passe
au vrac
et à la consigne

ADOPTER LA CONSIGNE
C'EST CONSOMMER
30% D'EAU EN MOINS
PAR RAPPORT AU
RECYCLAGE DU VERRE



UNE INITIATIVE DE
CONSUMaction
VERS PLUS DE VRAI, MOINS DE DÉCHETS

Exercice pratique



Echange collectif

- **Avez-vous rencontré des difficultés durant l'exercice ? Si oui, lesquelles ?**
- **Qu'auriez-vous eu besoin de plus?**



Partie 3

Focus sur le gestionnaire de publicités

Focus sur le Gestionnaire de publicités (ou Meta Ads Manager)

- Outil plus pointu pour atteindre vos objectifs marketing
- Exemples d'onglets utiles :
 - Onglet "Audiences":
 - Enregistrer une audience propre à votre structure (elle s'adaptera automatiquement aux campagnes en cours!)
 - Onglet "Facturations et paiements":
 - Retrouvez à cet endroit les factures relatives à chaque paiement pour votre comptabilité !



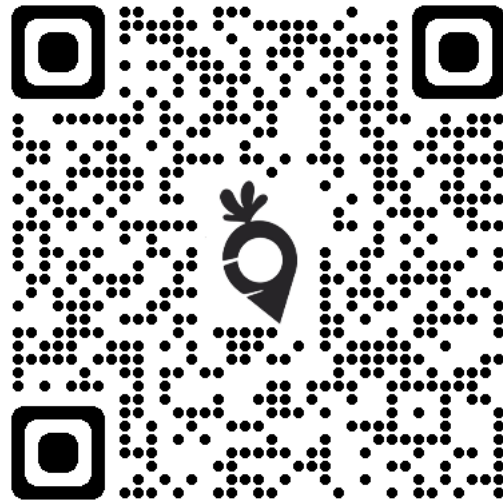
Partie 4 Evaluation et agenda



Evaluation de la formation

Faites-le directement pour ne pas oublier, cela ne prendra que 2-3 minutes !

<https://www.mangerdemain.be/evaluation-expertise-communication-points-de-vente/>



Agenda

- Si vous avez des questions, le "helpdesk" : expertise-com@biowallonie.be
- Les formations et ateliers:
 - 14/04 (LLN) - 9h > 12h | Formation "Utilisation de Canva"
 - 14/04 (LLN) - 13h > 16h | Atelier "Réorganisation de mon magasin sur plan"
 - 13/05 (en ligne) - 9h > 12h | Formation " Argumentaires: déconstruire les clichés"
 - 20/05 (Namur) - 9h > 12h | Atelier "Site internet (wordpress)"
 - 20/05 (Namur) - 13h > 16h | Atelier "Google My Business"
 - 10/06 (LLN) - 13h > 16h | Formation "Newsletter"
 - 16/06 (Namur) - 9h > 12h | Formation "Formulaire/Sondage"
- **Toutes les formations et ateliers dans le [catalogue](#) et sur [l'agenda de Manger Demain](#)**
- Les accompagnements:
 - Session de brainstorming (en ligne, 9h > 17h) : 07/04 ; 22/04
 - Accompagnement individuel
 - Soutien financier

Pour vous inscrire: <https://forms.office.com/e/Vs5fKnrBii>

Ressources utiles

Se former à Meta Business Suite :

- **Meta Blueprint** : Formations gratuites sur la publicité ([lien ici](#))
- **Replay du webinaire “Campagnes Meta” donnée par "Hungry Minds" via le cycle de formations de Digital Wallonia (17/12/2024)** ([lien ici](#))
- **Webinaire DigitalEES : Campagne META** (2h25 de formation gratuite sur YouTube) ([lien ici](#))

Créer ses visuels :

- **Canva** : Outil de création graphique facile ([lien ici](#))



MERCI

ET

A

BIENTÔT