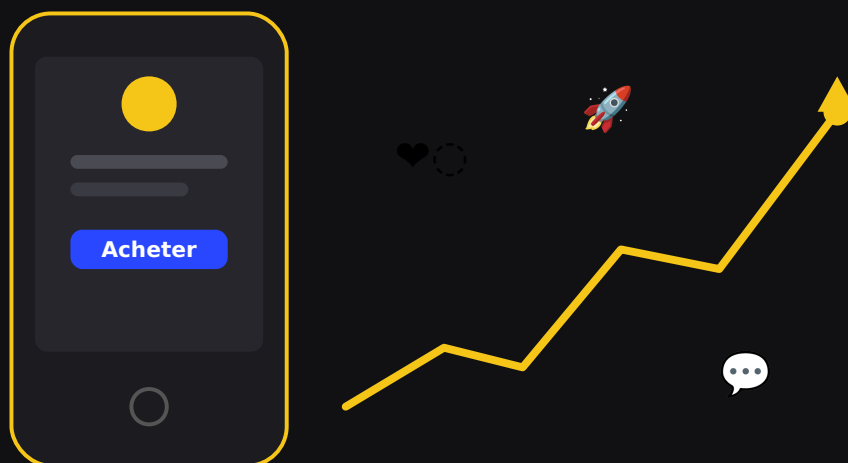




Lancez vos pubs sur **Facebook & Instagram**

Le guide simple, pas à pas, pour créer votre compte publicitaire et diffuser vos annonces — même si vous n'y connaissez rien. De zéro jusqu'à votre première pub en ligne.

Avant de foncer, 2 minutes de contexte.

Faire de la publicité sur Facebook et Instagram, ce n'est pas réservé aux grandes marques. En quelques clics, votre entreprise peut apparaître devant des milliers de clients potentiels près de chez vous. Ce guide vous emmène du tout début jusqu'à la mise en ligne de votre première publicité.



3 milliards de personnes

Facebook, Instagram, Messenger et WhatsApp réunis. Vos clients y sont, forcément.



Un ciblage précis

Vous choisissez qui voit votre pub : ville, âge, centres d'intérêt.

Ce que vous allez faire, étape par étape

- ✓ **Étape 1** — Créer votre page Facebook professionnelle (si vous n'en avez pas)
- ✓ **Étape 2** — Ouvrir votre compte Meta Business Suite
- ✓ **Étape 3** — Créer votre compte publicitaire et ajouter un moyen de paiement
- ✓ **Étape 4** — Comprendre les 3 réglages qui comptent vraiment
- ✓ **Étape 5** — Lancer votre première publicité
- ✓ **Étape 6** — Lire vos résultats sans se noyer dans les chiffres



Bon à savoir — Vous n'avez pas besoin de tout comprendre du premier coup. Suivez les étapes dans l'ordre, cochez au fur et à mesure. Comptez 30 minutes la première fois.

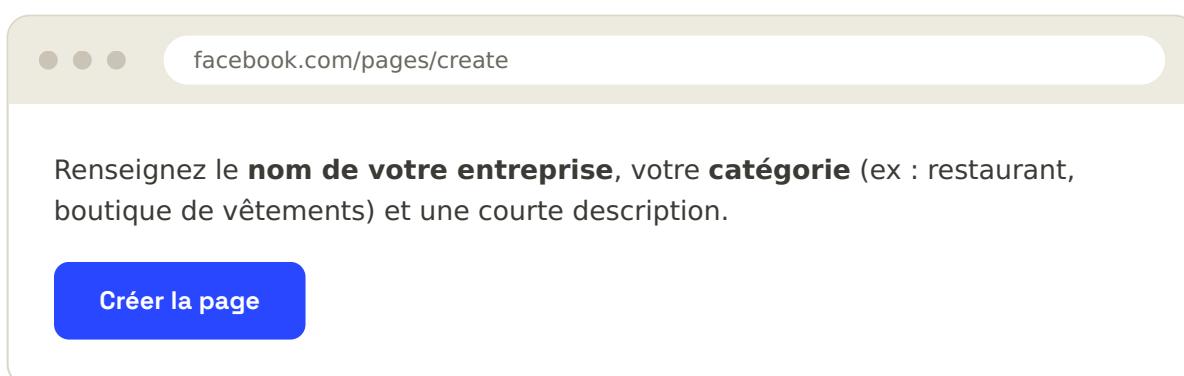
Étapes 1 & 2 — Votre base sur Meta

1



Créez votre page Facebook professionnelle

Une page professionnelle est différente de votre profil personnel. C'est la vitrine de votre entreprise, et elle est **obligatoire** pour diffuser des publicités. Si vous en avez déjà une, passez à l'étape 2.



A screenshot of a web browser showing the Facebook page creation process. The address bar displays 'facebook.com/pages/create'. The main content area contains the text: 'Renseignez le **nom de votre entreprise**, votre **catégorie** (ex : restaurant, boutique de vêtements) et une courte description.' Below this text is a blue button labeled 'Créer la page'.



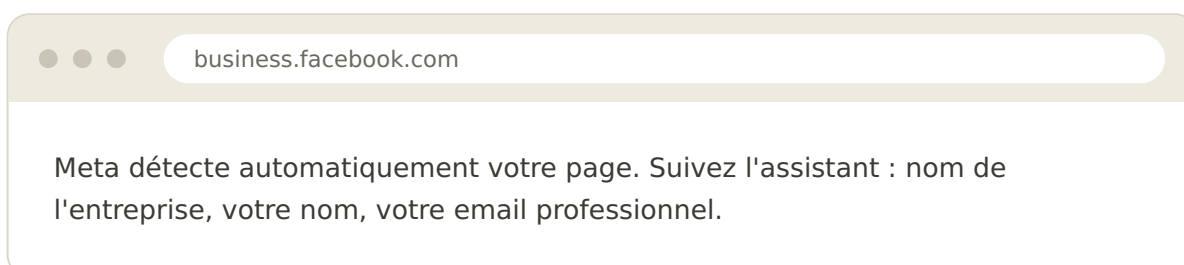
Astuce — Utilisez le compte Facebook personnel du dirigeant pour créer la page. C'est lui qui en sera administrateur : gardez bien ces identifiants.

2



Ouvrez votre Meta Business Suite

C'est le centre de contrôle de toute votre activité publicitaire : vos pages, vos comptes, vos campagnes au même endroit. Rendez-vous sur **business.facebook.com** et connectez-vous avec le compte administrateur de votre page.



A screenshot of a web browser showing the Meta Business Suite login process. The address bar displays 'business.facebook.com'. The main content area contains the text: 'Meta détecte automatiquement votre page. Suivez l'assistant : nom de l'entreprise, votre nom, votre email professionnel.'

Étape 3 — Compte publicitaire & paiement

Sans compte publicitaire, impossible de diffuser. C'est lui qui relie vos pubs à votre moyen de paiement. La bonne nouvelle : ça se fait une seule fois.

3



Créez le compte publicitaire

Dans Meta Business Suite, allez dans **Paramètres → Comptes → Comptes publicitaires → Ajouter**. Donnez-lui un nom (celui de votre entreprise), choisissez votre **fuseau horaire** et votre **devise (EUR)**.

⚠ **Attention** — Le fuseau horaire et la devise ne peuvent plus être modifiés ensuite. Vérifiez-les bien : France = fuseau **(GMT+1) Paris**, devise **Euro**.



Ajoutez un moyen de paiement

Toujours dans les paramètres, section **Paielements**. Ajoutez une carte bancaire ou un compte PayPal. Vous n'êtes débité que lorsque vos pubs tournent — pas avant.

- ✓ Carte bancaire (Visa, Mastercard) — le plus simple
- ✓ PayPal — accepté aussi
- ✓ Vous fixez vous-même votre budget : aucune mauvaise surprise



Comment ça se facture ? Meta prélève au fur et à mesure de la diffusion. Tant qu'il reste du budget et que la carte est valide, la pub tourne. Vous pouvez tout mettre en pause à tout moment, en un clic.

Étape 4 — Les 3 réglages qui comptent

Une campagne Meta a l'air compliquée avec ses dizaines d'options. En réalité, pour démarrer, seuls trois réglages font la différence. Voici lesquels.

A



L'objectif

C'est ce que vous demandez à Meta d'aller chercher. Pour une PME qui débute, deux objectifs suffisent :



Prospects

Récolter des contacts (nom, téléphone) via un formulaire intégré. Idéal pour un service, un devis.



Ventes / Trafic

Envoyer les gens sur votre site ou votre boutique pour acheter. Idéal pour l'e-commerce.

B



L'audience

Qui va voir la pub. Choisissez la **zone géographique** (votre ville + rayon autour), la **tranche d'âge** et éventuellement 1 ou 2 **centres d'intérêt**. Ne ciblez pas trop serré au début : laissez de la marge à Meta.

C



Le budget

Commencez petit pour tester : **5 à 10 € par jour** suffisent pour voir si ça mord. Vous augmenterez une fois que vous savez ce qui marche.

Étape 5 — Lancez votre première pub

5



Montez votre publicité

Dans le **Gestionnaire de publicités**, cliquez sur **Créer**. Vous assemblez trois éléments :

- ✓ **La vidéo** — celle qu'on a réalisée pour vous. Importez-la simplement.
- ✓ **Le texte** — une ou deux phrases qui donnent envie. Court et clair.
- ✓ **Le bouton** — « En savoir plus », « Acheter », « Envoyer un message »...



business.facebook.com/adsmanager

Une fois tout vérifié dans l'aperçu, un seul bouton reste :

✓ Publier

Meta examine la pub (quelques heures) puis la met en ligne.



Le conseil qui change tout — Ne créez pas une seule version. Faites 2 ou 3 variantes avec des accroches différentes, laissez tourner quelques jours, gardez celle qui marche le mieux. C'est comme ça que les pros font.

Étape 6 — Lire vos résultats

Meta affiche des dizaines de chiffres. Ignorez 90 % d'entre eux au début. Voici les seuls qui vous disent si ça marche.

Couverture & impressions

Combien de personnes ont vu votre pub, et combien de fois. Ça vous dit si votre budget touche assez de monde.

Clics & CTR

Combien de gens ont cliqué. Le **CTR** (taux de clic) au-dessus de 1 % est bon signe : votre pub accroche.

Coût par résultat

Le chiffre le plus important. Combien vous coûte **un contact** ou **une vente**. C'est lui qui dit si la pub est rentable.

 **Patience** — Ne jugez rien avant **3 à 4 jours**. Meta a besoin de ce temps pour apprendre à qui montrer votre pub. Couper trop tôt, c'est l'erreur n°1 des débutants.

Votre checklist de lancement

Avant de publier, vérifiez que tout est en place. Si chaque case est cochée, vous êtes prêt.

- ✓ Page Facebook professionnelle créée
- ✓ Compte Meta Business Suite ouvert
- ✓ Compte publicitaire + moyen de paiement ajoutés
- ✓ Objectif choisi (Prospects ou Ventes)
- ✓ Audience et budget définis
- ✓ Vidéo, texte et bouton prêts

Vous préférez qu'on s'en occupe ?

On réalise votre vidéo — pour vos pubs comme pour votre site — et on vous accompagne pour la mettre en ligne. Votre première vidéo est offerte, sans engagement.

 xelem.studio@gmail.com • xelem.studio