

L'ÉVASION
AUTHENTIQUE
DANS LE LOIRET

Tuto d'aide à la création et au suivi de publicité sur META

Tuto 1 : création de la publicité via votre page Facebook

Mise à jour en octobre 2024

Création de la publicité via Facebook

Introduction

Bienvenue sur ce tutoriel d'aide à la création de publicité sur Facebook.

Pourquoi faire de la publicité sur les réseaux sociaux ?

Les réseaux sociaux offrent l'opportunité de toucher une audience ciblée en fonction de critères très précis (âge, localisation, centres d'intérêt...). Ainsi, vous pouvez toucher facilement votre clientèle souhaitée, quel que soit votre budget.

La publicité sur les réseaux permet d'augmenter la visibilité de votre entreprise et d'attirer de nouveaux clients grâce à des campagnes de communication personnalisées.

Dans ce tutoriel, nous allons vous guider pas à pas pour créer une publicité performante sur Facebook et/ou Instagram.

N'hésitez pas à prendre contact avec nous en cas de besoin :

Sandrine Bercier, chargée de communication digitale

sandrine.bercier@tourismeloiret.com

06.21.86.24.09

Création de la publicité via Facebook

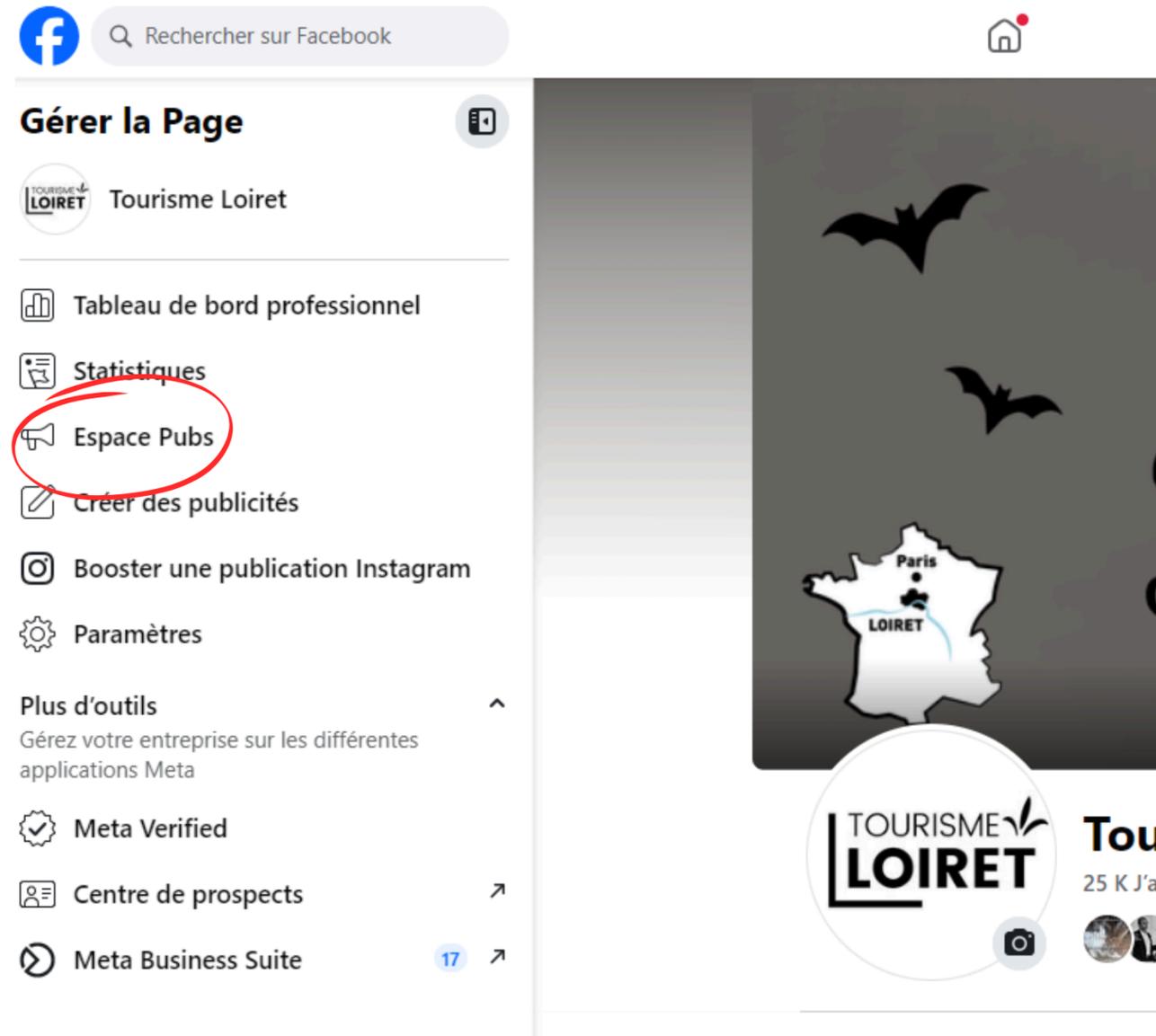
1 - Votre page Facebook

The screenshot shows the Facebook interface for the 'Tourisme Loiret' page. The top navigation bar includes the Facebook logo, a search bar with the text 'Rechercher sur Facebook', and icons for home, notifications, and a video camera. The left sidebar, titled 'Gérer la Page', lists various management tools: 'Tableau de bord professionnel', 'Statistiques', 'Espace Pubs', 'Créer des publicités', 'Booster une publication Instagram', and 'Paramètres'. Below this is a 'Plus d'outils' section with 'Meta Verified', 'Centre de prospects', and 'Meta Business Suite'. The main content area features a large cover photo with the text 'VACANCES LÉGENDAIRES DANS LES CHÂTEAUX DU Loiret' and an image of a child on a wooden horse. Below the cover photo is the page's profile picture, name 'Tourisme Loiret', and statistics '25 K J'aime • 28 K followers'. Action buttons for 'Voir le tableau de bord', 'Modifier', and 'Promouvoir' are visible.

Connectez-vous sur votre page Facebook.

Création de la publicité via Facebook

2 - L'Espace Pubs



Cliquez sur "Espace Pubs".

Création de la publicité via Facebook

2 - L'Espace Pubs

Rechercher sur Facebook

Gérer les Pages et les profils

Tourisme Loiret

Accueil

Espace Pubs

Espace Pubs

Une ou plusieurs de vos publicités actuellement diffusées utilisent un budget quotidien

En diffusant vos publicités plus longtemps avec un budget quotidien, vous leur permettez d'obtenir de meilleures performances sur une durée plus longue. Vous pouvez examiner la durée et les paramètres de budget de votre publicité et modifier ou mettre en pause une publicité à tout moment en utilisant le menu à trois points de la publicité ci-dessous.

En savoir plus

Récapitulatif

Sandrine Bercier a dépensé 0,00 € sur 0 publicités au cours des 60 derniers jours.

Publicités récentes

Active Voir les résultats

Clics sur un lien

Et si vous choisissiez le Loiret pour des vacances de la Tous...

32 348	595	39,46 €
Couverture	Clics sur un lien	Dépenses :

Active Voir les résultats

Visiteurs sur un site web

"Vivez des vacances légendaires dans les châteaux du Loire..."

5 124	38	3,78 €
		Dépenses :

Activité

Recommandations

Outils

- Meta Verified
Inscrivez-vous pour obtenir un badge Vérifié et gagner en crédibilité auprès de la nouvelle clientèle.
- Déverrouiller les recommandations publicitaires
Accédez à des recommandations personnalisées pour vos publicités en complétant votre profil publicitaire.
- Contenu multimédia professionnel
Ajoutez des photos et vidéos de votre entreprise ici.
- Paramètres de paiement
Gérez votre moyen de paiement et

Cliquez sur l'un des deux boutons "Promouvoir".

Création de la publicité via Facebook

2 - L'Espace Pubs

The screenshot shows the Facebook advertising interface. On the left, there is a sidebar with navigation options: 'Promouvoir' (Promote), 'Publicités automatisées' (Automated ads), 'Choisir un type de publicité' (Choose a type of advertisement), 'Booster le contenu' (Boost content), and 'Meta Business Suite'. The main area is titled 'Choisir un type de publicité' and contains four options:

- Bien démarrer avec les publicités...** (Get started with ads...): Diffusez des publicités personnalisées qui s'ajustent avec le temps pour vous aider à obtenir de meilleurs résultats.
- Créer une publicité** (Create an advertisement): Créez une publicité avec du texte, des photos ou des vidéos pour promouvoir votre... (This option is circled in red).
- Booster une publication** (Boost a post): Incitez plus de personnes à voir et à interagir avec les publications de votre Page.
- Booster une publication Instagram** (Boost an Instagram post): Incitez plus de personnes à voir et interagir avec vos publications à partir de votre compte...

Cliquez sur "Créer une publicité".

Création de la publicité via Facebook

3 - L'aperçu de la publicité

Créer une publicité

Compte publicitaire
Pub Tourisme Loiret (900...)

Objectif
Quels résultats attendez-vous de cette publicité ?

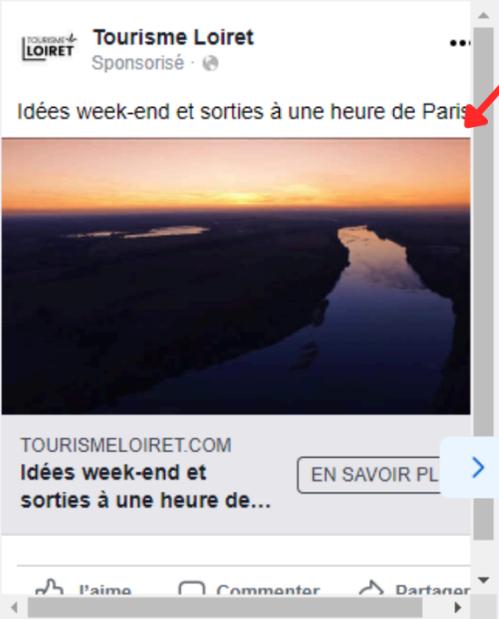
Automatique
Laissez Facebook sélectionner l'objectif le plus pertinent en fonction de l'étiquette du bouton et des autres paramètres que vous choisissez. [Modifier](#)

Contenu publicitaire ⓘ [Utiliser une publication](#)
À quoi voulez-vous que votre publicité ressemble ?

Description
Idées week-end et sorties à une heure de Paris

Contenu multimédia
1/5 · Sélectionnez plusieurs images ou vidéos pour créer un carrousel. [Sélectionner un contenu multimédia](#) [Modifier les options](#) ▼

Aperçu de la publicité



Idées week-end et sorties à une heure de Paris

TOURISMELOIRET.COM
Idées week-end et sorties à une heure de... [EN SAVOIR PL](#) >

Exemple 1 sur 4

Voici un aperçu de votre publicité, tel qu'elle apparaîtra pour les internautes.

En cliquant sur Publier, vous acceptez les [Conditions générales](#) de Meta

[? Besoin d'aide ?](#)

[Publier](#)

Création de la publicité via Facebook

4 - L'objectif

Créer une publicité

Objectif
Quels résultats attendez-vous de cette publicité ?

 **Automatique**
Laissez Facebook sélectionner l'objectif le plus pertinent en fonction de l'étiquette du bouton et des autres paramètres que vous choisissez. [Modifier](#)

Contenu publicitaire ⓘ [Utiliser une publication](#)

À quoi voulez-vous que votre publicité ressemble ?

Description
Idées week-end et sorties à une heure de Paris

Créer une publicité

Objectif
Quels résultats attendez-vous de cette publicité ?

 **Automatique**
Laissez Facebook sélectionner l'objectif le plus pertinent en fonction de l'étiquette du bouton et des autres paramètres que vous choisissez. [Modifier](#)

Case Objectif :

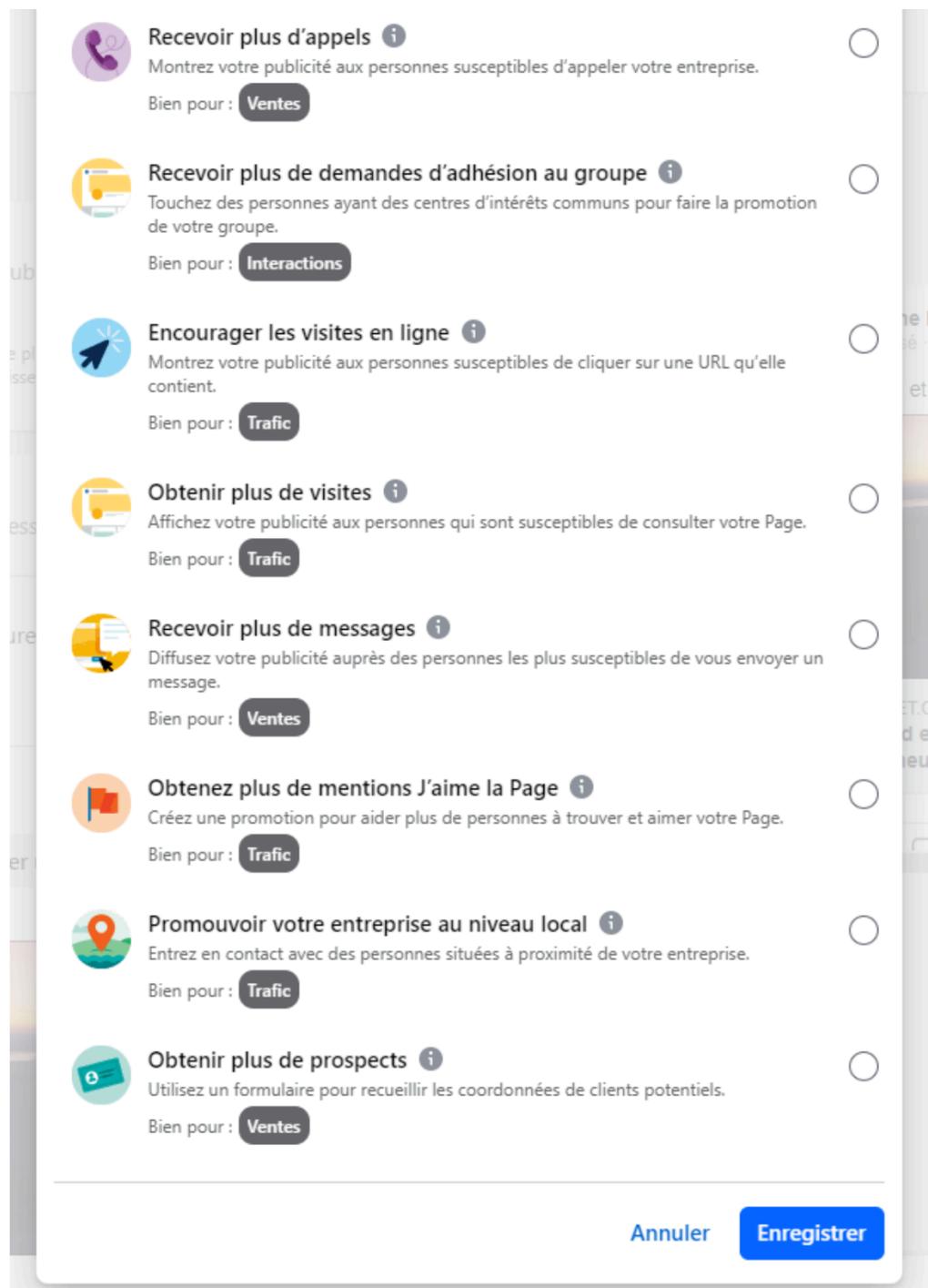
Cette section vous permet de préciser à Facebook l'objectif de votre publicité.

Il est recommandé de ne pas laisser cet objectif en mode automatique.

Pour modifier l'objectif, cliquez sur "modifier".

Création de la publicité via Facebook

4 - L'objectif



The screenshot shows a list of advertising objectives with radio buttons for selection. The objectives are:

- Recevoir plus d'appels** (i) - Montrez votre publicité aux personnes susceptibles d'appeler votre entreprise. Bien pour : **Ventes**
- Recevoir plus de demandes d'adhésion au groupe** (i) - Touchez des personnes ayant des centres d'intérêts communs pour faire la promotion de votre groupe. Bien pour : **Interactions**
- Encourager les visites en ligne** (i) - Montrez votre publicité aux personnes susceptibles de cliquer sur une URL qu'elle contient. Bien pour : **Trafic**
- Obtenir plus de visites** (i) - Affichez votre publicité aux personnes qui sont susceptibles de consulter votre Page. Bien pour : **Trafic**
- Recevoir plus de messages** (i) - Diffusez votre publicité auprès des personnes les plus susceptibles de vous envoyer un message. Bien pour : **Ventes**
- Obtenez plus de mentions J'aime la Page** (i) - Créez une promotion pour aider plus de personnes à trouver et aimer votre Page. Bien pour : **Trafic**
- Promouvoir votre entreprise au niveau local** (i) - Entrez en contact avec des personnes situées à proximité de votre entreprise. Bien pour : **Trafic**
- Obtenir plus de prospects** (i) - Utilisez un formulaire pour recueillir les coordonnées de clients potentiels. Bien pour : **Ventes**

Buttons: **Annuler** (light blue), **Enregistrer** (dark blue)

Plusieurs choix s'offrent à vous.

Les plus intéressantes sont :

“Encourager les visites en ligne”

Cette option incite les internautes à cliquer sur le lien URL intégré dans votre publicité.

“Obtenir plus de visites”

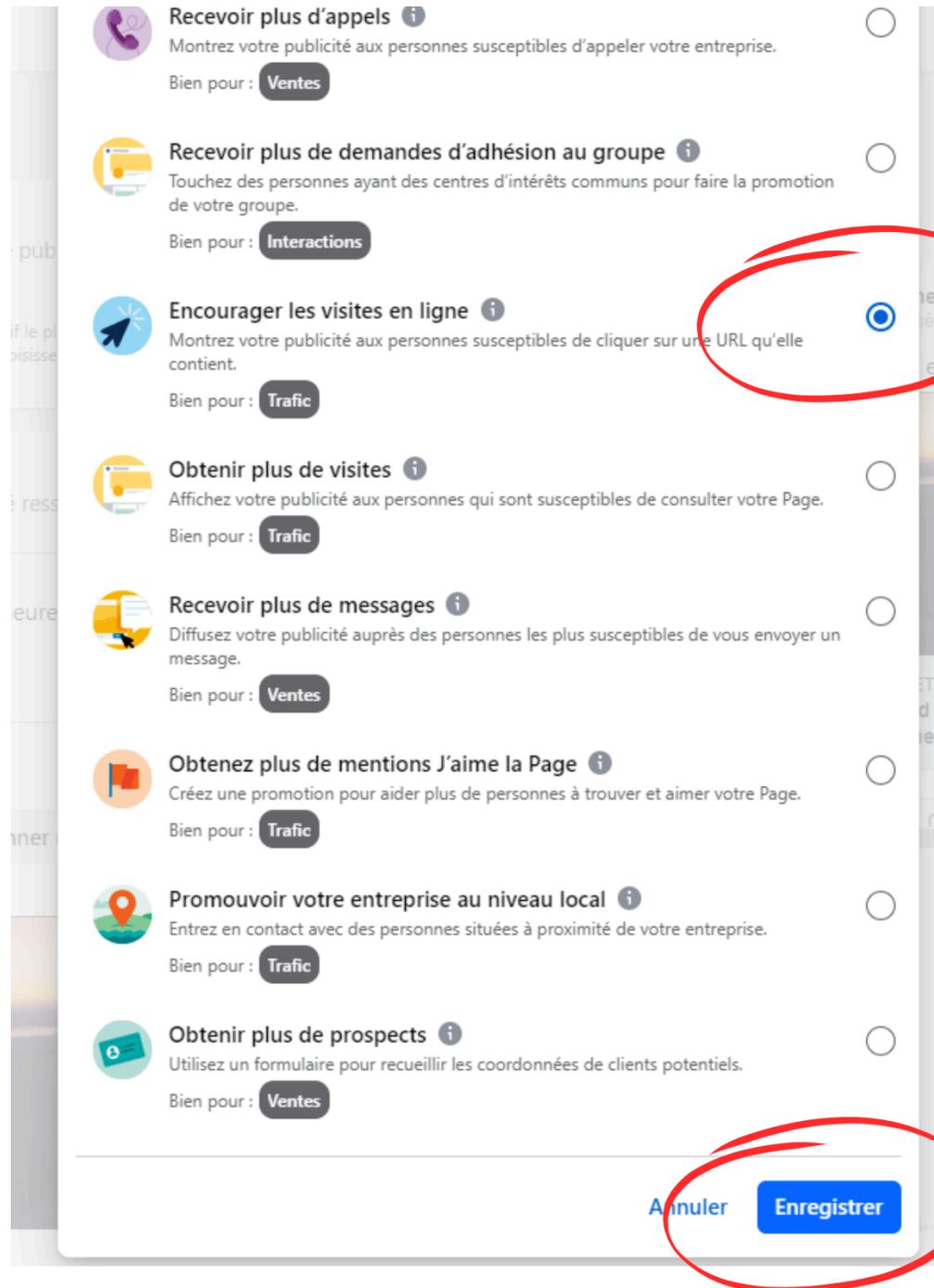
Cette option encourage les internautes à visiter votre page Facebook ou Instagram, sans pour autant les inciter à s'abonner.

“Obtenez plus de mentions J'aime la page”

Cette option vise à encourager les internautes à visiter votre page Facebook ou Instagram et à s'y abonner.

Création de la publicité via Facebook

4 - L'objectif



Pour cet exemple, nous sélectionnons “Encourager les visites en lignes”.

Puis cliquez sur le bouton “Enregistrer”.

Création de la publicité via Facebook

5 - Contenu publicitaire

Contenu publicitaire ⓘ Utiliser une publication

À quoi voulez-vous que votre publicité ressemble ?

Description
Idées week-end et sorties à une heure de Paris

Contenu multimédia
1/5 · Sélectionnez plusieurs images ou vidéos pour créer un carrousel.

Sélectionner un contenu multimédia Modifier les options

Titre
Idées week-end et sorties à une heure de Paris | Tourisme Loiret
64 / 25 caractères

Nom du bouton
En savoir plus

URL du site web
<http://www.tourismeloiret.com/>

Case "Contenu publicitaire":

C'est ici que vous créez le post qui sera utilisé comme publicité.

On rentre la description du texte ici.

Cela correspond à cette partie de la publicité

Il s'agit de l'image présente sur la publicité. Voir la page suivante pour le changement du visuel.

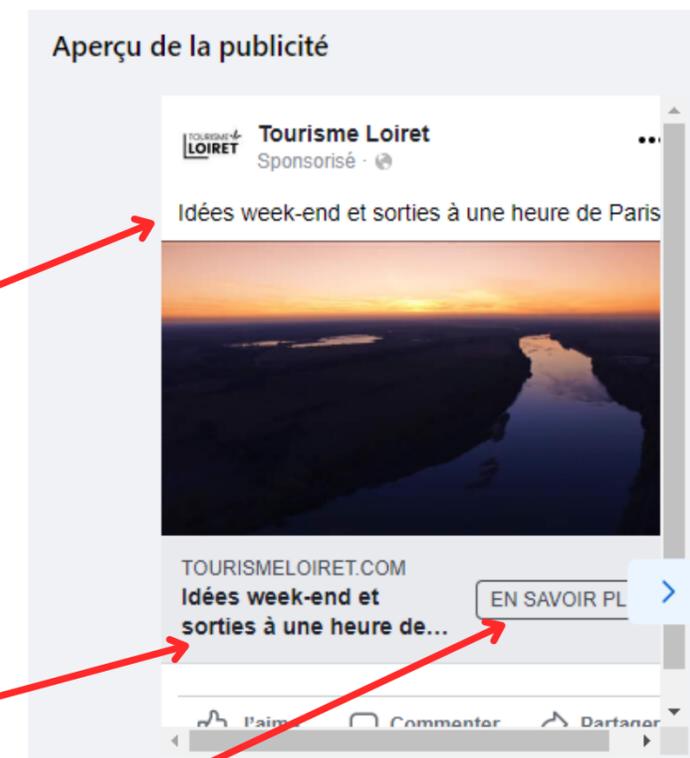
On rentre un titre court ici.

Cela correspond à cette partie de la publicité

On sélectionne l'intitulé du bouton ici.

Cela correspond à cette partie de la publicité

On intègre ici l'URL sur laquelle nous souhaitons renvoyer les internautes. Il ne sera pas visible sur le post.



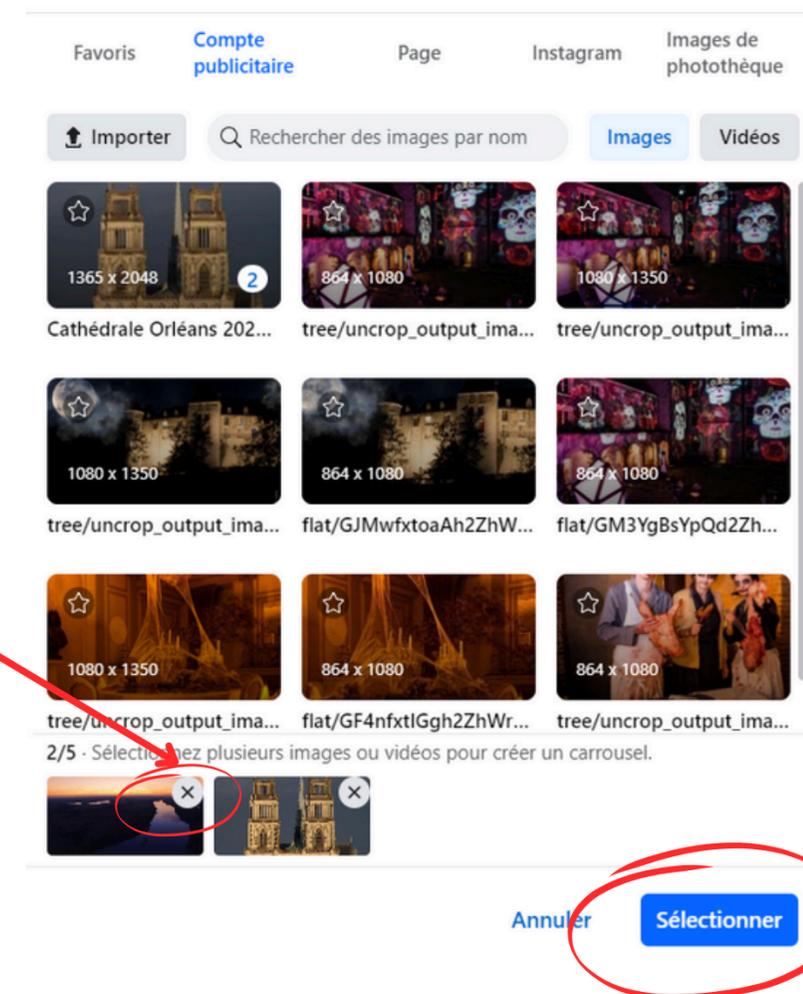
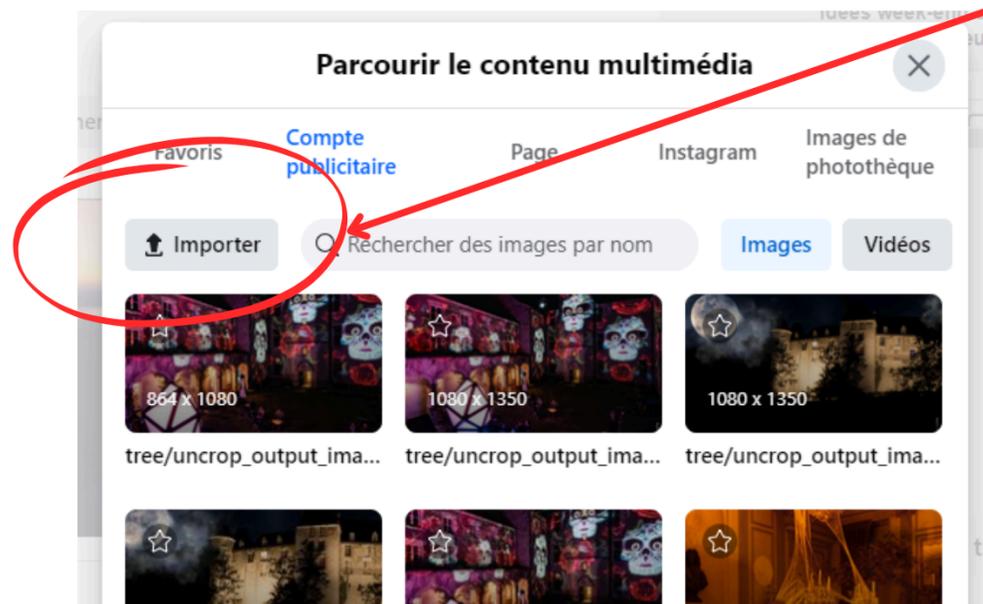
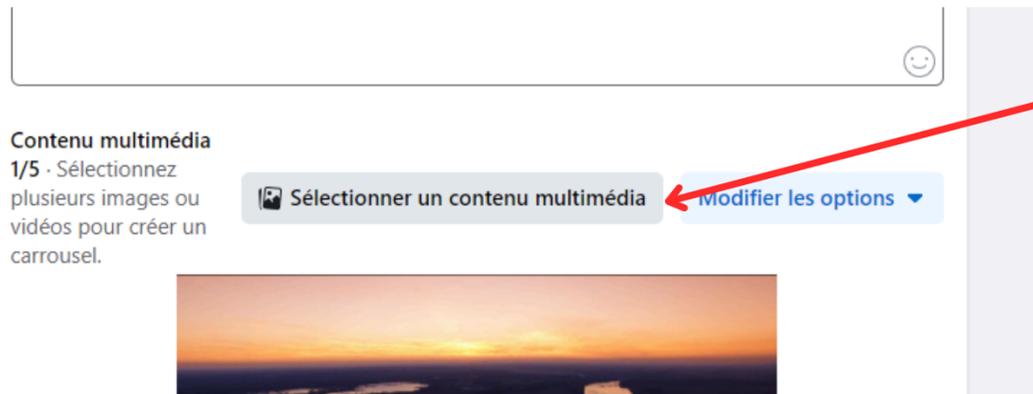
Création de la publicité via Facebook

5 - Contenu publicitaire

Changez le contenu multimédia en cliquant sur "Sélectionner un contenu multimédia".

Puis "Importer".

Après avoir importé le ou les visuels souhaités, il faut supprimer le visuel mis par défaut. Pour cela, appuyez sur la petite croix du visuel le plus à gauche. Une fois le visuel par défaut supprimé, cliquez sur "Sélectionner".



Création de la publicité via Facebook

5 – Contenu publicitaire

The screenshot shows the Facebook Ads creation interface for 'Tourisme Loiret'. On the left, the 'Contenu publicitaire' section includes a description field with the text 'La majestueuse cathédrale d'Orléans' and a multimedia selection area with a preview image of the cathedral. Below this, the 'Titre' field contains 'Cathédrale d'Orléans', the 'Nom du bouton' is 'En savoir plus', and the 'URL du site web' is 'http://www.tourismeloiret.com/'. On the right, a preview of the ad shows the cathedral image, the text 'La majestueuse cathédrale d'Orléans', the website 'TOURISMELOIRET.COM', and a button labeled 'EN SAVOIR PLUS'. Below the preview, the 'Résultats quotidiens estimés' section shows 'Comptes de l'Espace Comptes touchés' at 861 and 'Clics sur un lien'. The 'Récapitulatif du paiement' section indicates the ad is running with a daily budget.

Voici à quoi ressemble l'écran une fois les modifications apportées.

Création de la publicité via Facebook

6 - Contenu publicitaire Advantage+ et Catégorie spéciale

Contenu publicitaire Advantage+

Utiliser les données de Facebook pour diffuser automatiquement plusieurs variantes de contenus publicitaires auprès des **personnes** lorsqu'une amélioration des performances est possible.



Case "Advantage+":

Activez ce bouton pour permettre à META d'adapter la publicité en fonction des performances.

Catégorie publicitaire spéciale

Publicités portant sur le crédit, l'emploi, le logement, ou un enjeu social, électoral ou politique



Case "Catégorie publicitaire spéciale":

N'activez pas ce bouton. Comme indiqué, il permet de signaler si la publicité fait partie d'une catégorie spéciale, répondant à des règles différentes de celles des publicités classiques.

Création de la publicité via Facebook

8 - L'audience

Audience
Qui doit voir votre publicité ?

Audience Advantage
Cette audience est basée sur les détails de votre Page et s'ajustera automatiquement dans le temps afin de toucher plus de personnes dont les centres d'intérêt correspondent à ce que propose votre entreprise.

Détails de l'audience ⓘ

Lieu: France
Âge: 18 - 65+

Le ciblage avancé Advantage sera désormais appliqué

Examinez les informations sur le payeur et le bénéficiaire
Pour toute publicité diffusée dans l'Union européenne, il est désormais obligatoire d'indiquer la personne ou l'organisation à laquelle profite cette publicité, et la personne ou l'organisation qui la finance. Ces informations seront visibles publiquement dans la bibliothèque publicitaire Meta pendant un an, mais ne figureront pas sur la publicité elle-même. [En savoir plus](#)

Pour les audiences qui incluent l'Union européenne ⓘ

À qui cette publicité bénéficie-t-elle ?
Tourisme Loiret

Qui finance cette publicité ?
Tourisme Loiret

Personnes que vous choisissez de cibler

Personnes qui aiment votre Page

Personnes qui aiment votre Page, et personnes similaires à ces dernières

Personnes à proximité

Famille IDF + CVDL

Voir tout ▾

Créer

Case "Audience":

C'est ici que vous paramétrez l'audience vers laquelle vous voulez envoyer votre publicité. L'audience, c'est le groupe de personnes que vous souhaitez toucher avec cette publicité.

META vous propose automatiquement une audience très large. Il est donc recommandé de créer votre propre audience.

Si vous n'avez jamais créé de publicité auparavant, cet encadré affichera un panneau rouge. Nous le remplirons après avoir créé notre audience.

Pour créer votre audience, cliquez sur "Créer".

Création de la publicité via Facebook

8 - L'audience

Créer une audience

Sélectionnez le lieu, l'âge, le genre et les centres d'intérêt des [comptes de l'Espace Comptes](#) que vous voulez toucher avec votre publicité.

Nom de l'audience
Audience-2024-10-08

Genre

Tous Hommes Femmes

Âge

18 65+

Sélectionner une audience de moins de 21 ans dans certains lieux peut limiter vos options de ciblage ou entraîner la mise en pause de vos publicités. [En savoir plus](#)

Lieux

Lieux
Tapez pour ajouter plus de lieux

France

Orléans + 10 mi

Définition de l'audience
Votre audience est définie.

Restreinte Vaste

Taille de l'audience estimée : 248,3 K - 292,1 K

Annuler Enregistrer l'audience

Voici la fenêtre qui s'affiche.

N'oubliez pas de nommer votre audience afin de pouvoir la retrouver facilement si vous souhaitez la réutiliser pour de prochaines publicités.

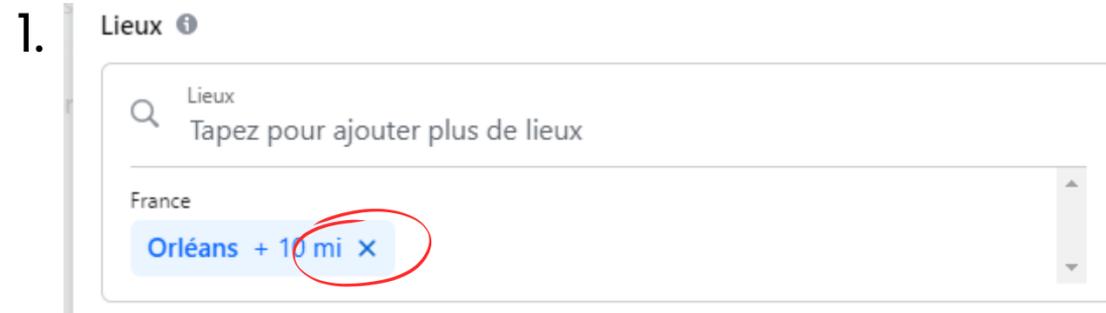
Ici, vous sélectionnez le genre de votre audience. Pour le secteur du tourisme, il est recommandé de choisir "Tous". Seules les entreprises vendant des produits ou services genrés ne cochent pas les deux genres.

Ici, vous sélectionnez la tranche d'âge de votre audience.

Utilisez cette barre grise pour descendre dans la fenêtre et continuer la création de votre audience.

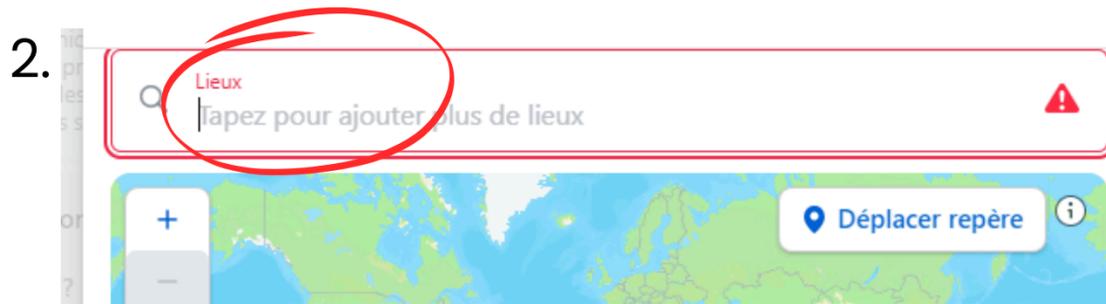
Création de la publicité via Facebook

8 - L'audience

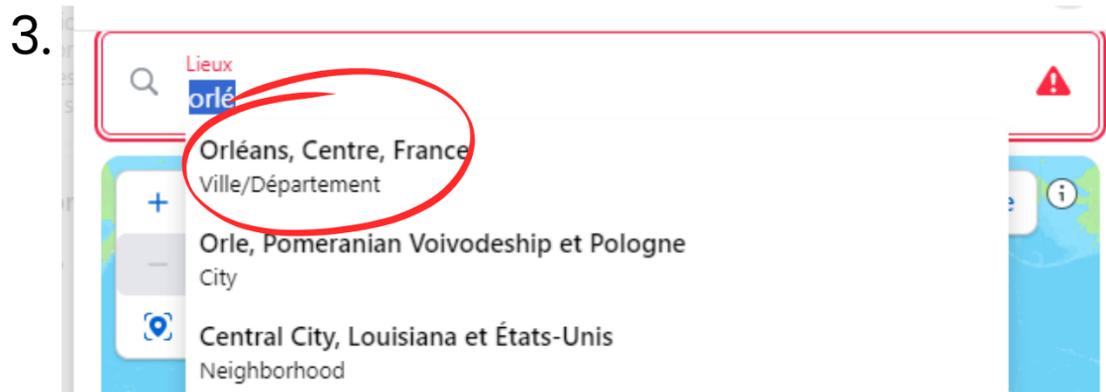


“Lieux” permet de sélectionner les zones géographiques que vous souhaitez toucher. Par défaut, META vous proposera la ville ou le pays que vous avez renseigné sur votre page Facebook.

Pour personnaliser les zones géographiques, retirez la ville saisie par défaut. Pour cela, il suffit d'appuyer sur la croix dans l'encadré bleu.



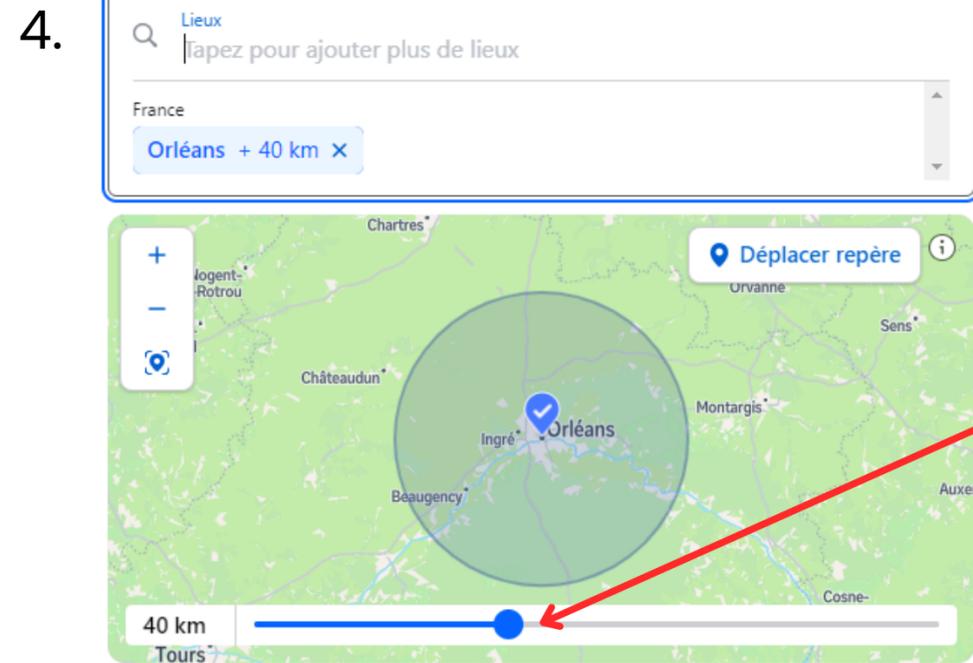
Maintenant, tapez le nom des villes que vous souhaitez toucher. Attention, il faut bien lire la description de la ville avant de la sélectionner.



Si elle n'apparaît pas dans les premiers choix, continuez d'écrire le nom en entier. Si elle n'apparaît toujours pas, alors elle est trop petite et n'est pas référencée par META. Dans ce cas là, entrez une ville plus grande dans les environs.

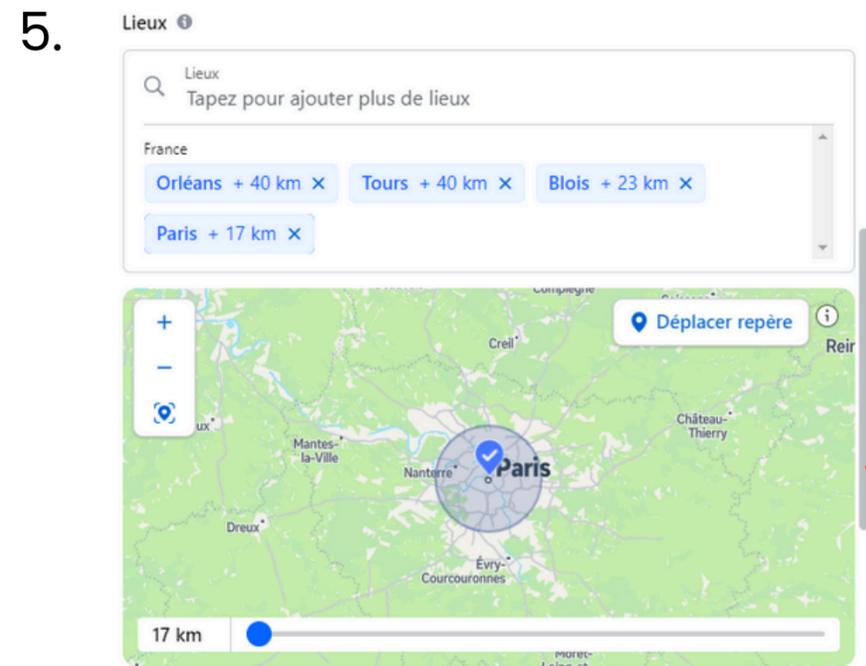
Création de la publicité via Facebook

8 - L'audience



Une fois votre ville ajoutée, vous pouvez définir le rayon autour de la ville sélectionnée. Par exemple, ici, la publicité touchera toutes les personnes ciblées (correspondant aux autres critères) dans un rayon de 40 km autour d'Orléans.

Pour modifier la taille du rayon, il suffit de déplacer le curseur.



Chaque ville ajoutée peut avoir un rayon différent. Le rayon est de 17 km minimum et de 80 km maximum.

Une fois toutes les zones géographiques souhaitées ajoutées, utilisez la barre grise pour faire défiler la fenêtre vers le bas.

Création de la publicité via Facebook

8 - L'audience

Ciblage avancé ⓘ

Votre publicité sera montrée aux personnes qui correspondent à au moins un centre d'intérêt parmi les suivants.

 Parcourir →

Suggestions

- Histoire culturelle +
- Cyclisme (sport) +
- Cyclisme sur piste +
- Jardinage (activités de plein air) +
- Jardin (maison et jardin) +
- Aventure +

Pour des fonctionnalités de ciblage avancées, ouvrez le [Gestionnaire de publicités](#).

Définition de l'audience

Votre audience est définie.



Annuler

Enregistrer l'audience

Le ciblage avancé permet d'ajouter des mots-clés pour cibler les centres d'intérêt des utilisateurs de Facebook.

Vous pouvez également spécifier les données démographiques (parents, relation...).

En appuyant sur "Parcourir", vous pouvez trouver beaucoup de mots-clés.

META vous fait également des suggestions ici. Pour les ajouter, il suffit de cliquer sur le "+".

Création de la publicité via Facebook

8 - L'audience

Ciblage avancé ⓘ

Votre publicité sera montrée aux personnes qui correspondent à au moins un centre d'intérêt parmi les suivants.

Ciblage avancé →

Recherchez des centres d'intérêt

Intérêts

Histoire culturelle × Tourisme (industrie) ×

Données démographiques

Parents avec ados (13-17 ans) ×

Suggestions

- Cyclisme (sport) + Cyclisme sur piste +
- Jardinage (activités de plein air) + Jardin (maison et jardin) +
- Aventure + Musée (lieux) +

Pour des fonctionnalités de ciblage avancées, ouvrez le [Gestionnaire de publicités](#).

Définition de l'audience

Votre audience est définie.



Taille de l'audience estimée : 2,2 M - 2,6 M ⓘ

Annuler **Enregistrer l'audience**

Une fois tous vos mots-clés choisis, cliquez sur "Enregistrer l'audience".

Création de la publicité via Facebook

8 - L'audience

Personnes qui aiment votre Page, et personnes similaires à ces dernières

Personnes à proximité

Cathédrale d'Orléans Paris/Tours/Orléans/Blois

Détails de l'audience

Lieu: France : Blois (+23 km), Orléans (+40 km), Tours (+40 km) Centre; Paris (+17 km) Île-de-France

Âge: 18 - 65+

Personnes qui correspondent à :: Centres d'intérêt : Histoire culturelle ou Tourisme (industrie), Parents : Parents avec ados (13-17 ans)

Le ciblage avancé Advantage sera désormais appliqué

Examinez les informations sur le payeur et le bénéficiaire

Pour toute publicité diffusée dans l'Union européenne, il est désormais obligatoire d'indiquer la personne ou l'organisation à laquelle profite cette publicité, et la personne ou l'organisation qui la finance. Ces informations seront visibles publiquement dans la bibliothèque publicitaire Meta pendant un an, mais ne figureront pas sur la publicité elle-même. [En savoir plus](#)

Pour les audiences qui incluent l'Union européenne

À qui cette publicité bénéficie-t-elle ?

Tourisme Loiret

Qui finance cette publicité ?

Tourisme Loiret

Voir tout ▾

Créer

Durée

Votre audience sera automatiquement sélectionnée.

Si vous souhaitez la modifier, vous pouvez cliquer sur le stylo.

À présent, vous pouvez remplir cet encadré. Il faut indiquer de quelle entreprise la publicité fait la promotion ainsi que celui qui la finance. C'est une nouvelle loi mise en place par l'Union Européenne, qui n'a pas d'impact sur votre publicité.

Création de la publicité via Facebook

9 - La durée et le prix

Durée ⓘ

Diffuser cette publicité en continu
Votre publicité continuera d'être diffusée avec le budget quotidien tant que vous ne la mettez pas en pause, ce que vous pouvez faire à tout moment.

Choisir la durée de diffusion de cette publicité

Jours - Date de fin

Budget quotidien ⓘ
Le montant réellement dépensé par jour peut être différent. ⓘ

Couverture estimée : 785 - 2,3 K [Comptes de l'Espace Comptes](#) par jour

€ **1,51**

1,00 € 100,00 €

Case "Durée":

Ici, vous allez définir la durée de diffusion de votre publicité ainsi que le prix que vous souhaitez investir.

Attention, META vous met automatiquement "Diffuser cette publicité en continu", ce qui veut dire que la publicité n'a pas de durée de fin.

Il est très fortement recommandé - afin de ne pas oublier et d'être sûr du budget final investi - de sélectionner "Choisir la durée de diffusion de cette publicité".

Création de la publicité via Facebook

9 - La durée et le prix

Durée ⓘ

Diffuser cette publicité en continu
Votre publicité continuera d'être diffusée avec le budget quotidien tant que vous ne la mettez pas en pause, ce que vous pouvez faire à tout moment.

Choisir la durée de diffusion de cette publicité ⓘ

Jours -

Budget quotidien ⓘ
Le montant réellement dépensé par jour peut être différent. ⓘ

Couverture estimée : 785 - 2,3 K Comptes de l'Espace Comptes par jour

€ **1,51**

1,00 € 100,00 €

Une fois la durée définie, vous pouvez choisir le montant à mettre dans la publicité.

Pour cela, soit vous cliquez directement sur le chiffre bleu et tapez le montant, soit vous le changez avec le curseur.

Création de la publicité via Facebook

9 - La durée et le prix

The screenshot displays the Facebook Ads creation interface. On the left, the 'Durée' (Duration) section is active, showing 'Diffuser cette publicité en continu' (Continuous) selected. The duration is set to 7 days, ending on 16 oct 2024. The daily budget is set to € 3,00. On the right, the 'Résultats quotidiens estimés' (Estimated daily results) section shows 'Comptes de l'Espace Comptes touchés' (Accounts reached) as 1,3 K - 3,7 K, circled in red. Below this, the 'Récapitulatif du paiement' (Payment summary) shows a total budget of € 21,00 EUR (3,00 € per day x 7 days) and a total amount of € 21,00 EUR. A red arrow points from the circled reach estimate to the total amount.

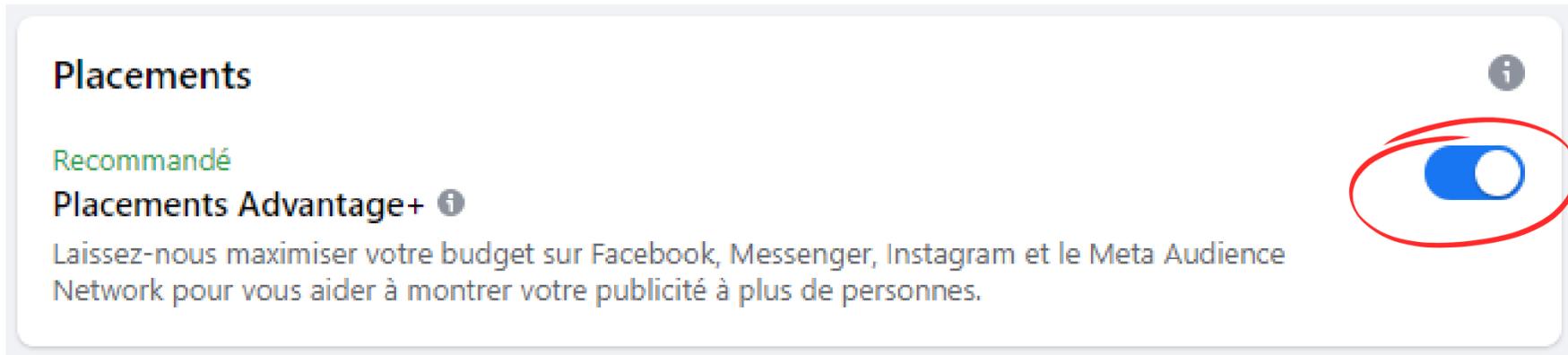
Résultats quotidiens estimés	
Comptes de l'Espace Comptes touchés	1,3 K - 3,7 K
Récapitulatif du paiement Votre publicité sera diffusée pendant 7 jours.	
Budget total 3,00 € par jour x 7 jours.	€ 21,00 EUR
Montant total	€ 21,00 EUR

Ces chiffres vous donnent une estimation sur le nombre minimum et maximum de personnes que vous pouvez toucher avec tous vos critères (géographie, âge, mots-clés, durée de la pub, coût total...).

Vous pouvez voir en direct combien la publicité vous coûtera au total.

Création de la publicité via Facebook

10 – Le canal de diffusion



Case "Placements" :

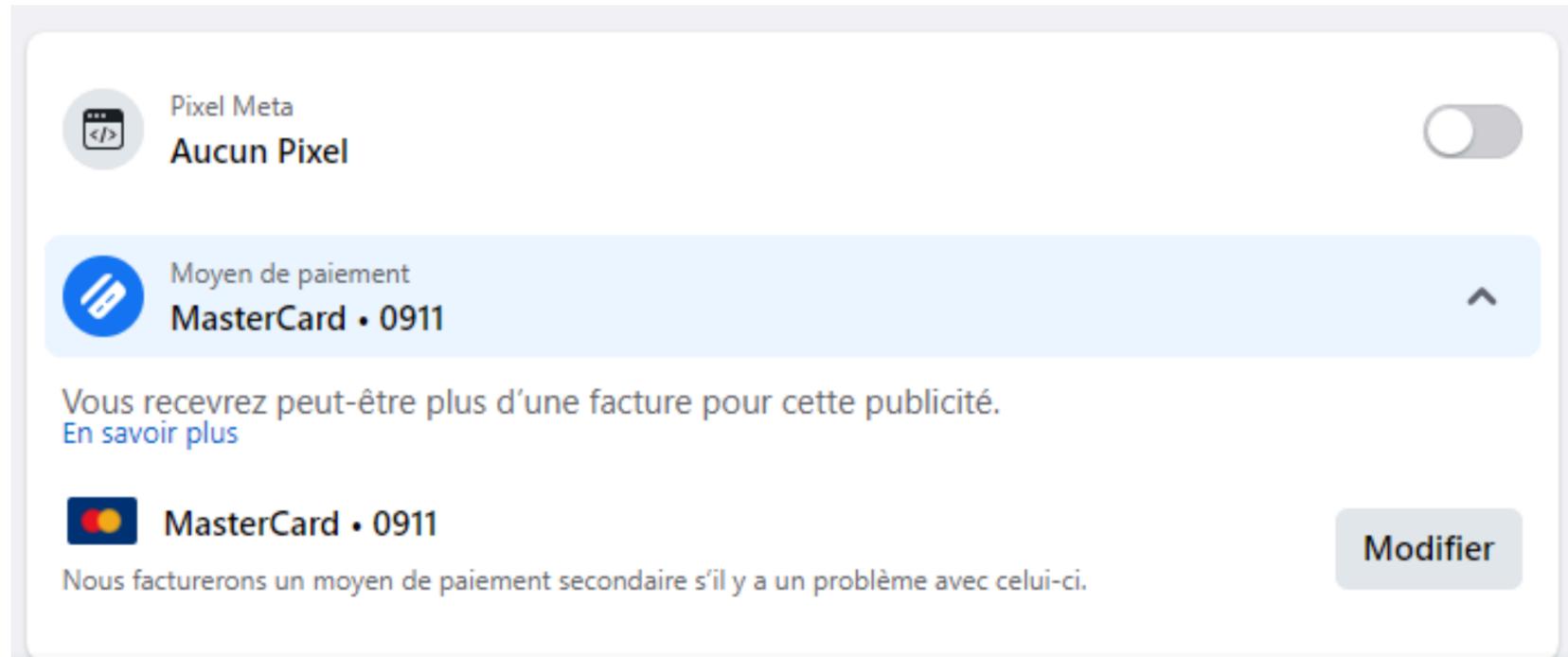
Ici, vous choisissez sur quel réseau social de META vous souhaitez diffuser votre publicité.

Automatiquement, META va vous sélectionner "Placements Advantage+", qui comprend Facebook, Instagram et Messenger.

Si vous souhaitez que votre publicité soit diffusée uniquement sur Facebook ou Instagram, il suffit de décocher ce bouton. Ainsi, vous pourrez décocher les réseaux sociaux qui ne vous intéressent pas.

Création de la publicité via Facebook

11 - Le paiement



Dernière étape : le paiement.

C'est ici que vous enregistrez votre carte bancaire pour le paiement.

Création de la publicité via Facebook

12 – Vérification et publication de la publicité

The screenshot displays the Facebook Ads creation interface. At the top, a budget slider is set to €3,00, with a range from 1,00 € to 100,00 €. Below this, the 'Placements' section is active, showing 'Recommandé' (Recommended) and 'Placements Advantage+' (Advantage+ placements) options. Under 'Placements manuels' (Manual placements), Facebook, Instagram, and Messenger are selected. The 'Moyen de paiement' (Payment method) is set to 'MasterCard • 0911'. On the right, the 'Résultats quotidiens estimés' (Estimated daily results) section shows 'Comptes de l'Espace Comptes touchés' (Accounts in the ad account reached) as 1,2 K - 3,4 K. The 'Récapitulatif du paiement' (Payment summary) shows a 'Budget total' of €21,00 EUR (3,00 € per day x 7 days) and a 'Montant total' of €21,00 EUR. At the bottom, there is a 'Besoin d'aide ?' (Need help?) link and a blue 'Publier' (Publish) button.

N'oubliez pas de faire une dernière vérification sur tous les paramètres que vous avez modifiés.

Points importants :

- le texte et visuel : une fois envoyés, vous ne pourrez plus les modifier.
- La durée : s'assurer que la publicité a une fin de diffusion.
- Le prix : vérifier bien le montant final afin de ne pas avoir de mauvaises surprises.

Quand vous êtes satisfait, vous pouvez cliquer sur "Publier". La publicité sera alors envoyée à META pour examen qui prendra moins de 24h. Vous recevrez un e-mail confirmant l'examen et vous confirmant la publication automatique.

Pour savoir comment récupérer les factures ou comment suivre les statistiques de votre publicité, n'hésitez pas à consulter nos autres tutoriels !

MERCI