

BRAINSTORMING MERCREDI 25 MAI

Tour de table, nouveautés, vos questions

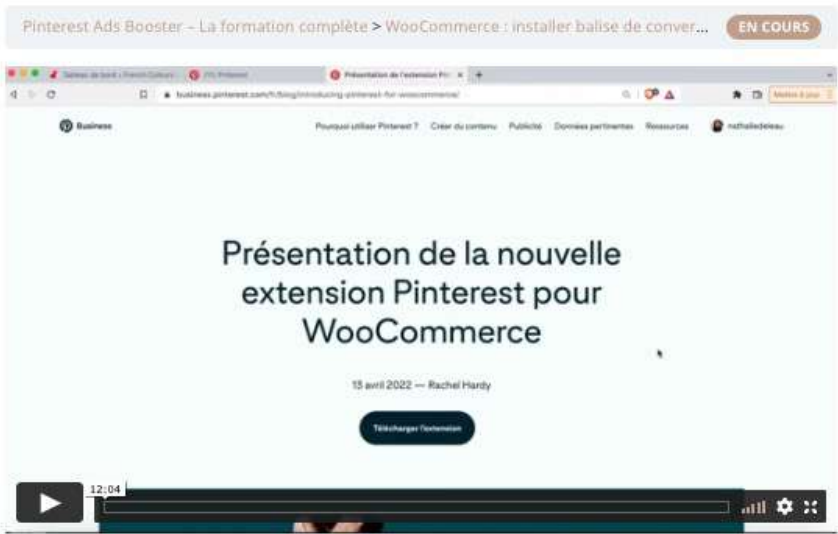


ACTUALITÉS

Pinterest pour WooCommerce

Module 5 – WooCommerce installer la balise de conversions

- disponible pour une vingtaine de pays
- synchronisation du catalogue produit
- Tracking efficace des visites, ajouts au panier, achats



WOOCOMMERCE : INSTALLER BALISE DE CONVERSIONS

Pinterest Ads Booster – La formation complète > WooCommerce : installer balise de conver... **EN COURS**

Présentation de la nouvelle extension Pinterest pour WooCommerce

18 avril 2022 — Rachel Hardy

Télécharger l'extension

▶ Télécharge l'application officielle Pinterest pour WooCommerce

▶ Retrouve les explications de Pinterest à propos de cette extension

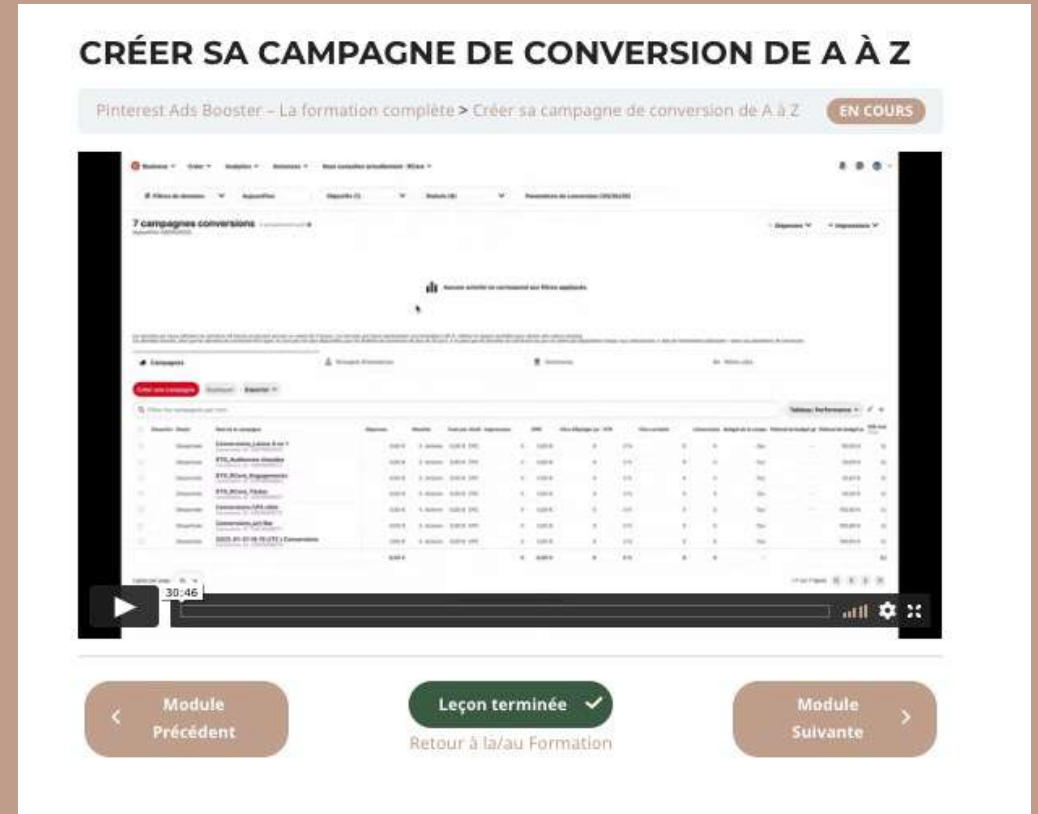
Pays pour lesquelles l'extension "Pinterest pour WooCommerce" est disponible : en France, en Australie, en Autriche, en Belgique, au Brésil, au Canada, à Chypre, en République tchèque, au Danemark, en Finlande, en Allemagne, en Grèce, en Hongrie, en Irlande, en Italie, au Luxembourg, à Malte, au

ACTUALITÉS

Mises à jour récentes

Module 6 – Créer sa campagne de A à Z

Nouvelle vidéo de 30 minutes avec la nouvelle mise en page, les différentes options du dashboard



ACTUALITÉS

Mises à jour récentes

Module 8 – Créer des colonnes pour suivre ses données

La méthode pour classer ses colonnes de manière à y voir plus clair.

Un point sur les indicateurs personnalisés.

Comment faire son indicateur de % d'ajout au panier par exemple.

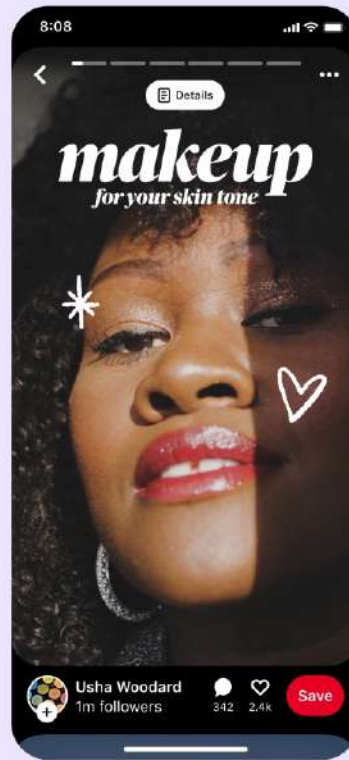
The screenshot displays a video player interface for a course titled "CRÉER SA CAMPAGNE DE CONVERSION DE A À Z". The video content shows a dashboard with a table of conversion campaigns. The table has columns for "Nom", "Statut", "Budget", "Conversion", "CPL", "CPC", "CPA", "ROAS", "ROI", "CPA", "ROI", "CPA", "ROI". The video player includes a play button, a progress bar at 30:46, and navigation buttons at the bottom: "Module Précédent", "Leçon terminée ✓", and "Module Suivante".

ACTUALITÉS

Épingles-ideas : bientôt la possibilité de les sponsoriser

Nouveau module dès que ce sera mis en place : le principe des épingles-ideas, comment impacter, etc

Intéressant aussi pour ceux qui font du Tik Tok de reprendre leurs créatives



ACTUALITÉS

La saison des mariages sur le point de démarrer

Pinterest = la référence pour les inspirations liées au mariage

2022 : la saison des mariages s'annonce particulièrement chargée puisque de nombreux couples ont prévu de rattraper les annulations ou reports de ces derniers temps.

Idées de mariage durable

Les utilisateurs Pinterest cherchent des façons de limiter l'impact environnemental de cette journée inoubliable. Voici les grandes tendances écoresponsables.

- Recherches de mariage d'occasion multipliées par 3
- Recherches de cadeaux invités mariage respectueux de l'environnement multipliées par 2
- Recherches d'idées de mariage respectueux de l'environnement multipliées par 2
- Recherches d'idées pour réutiliser robe de mariée multipliées par 2
- Recherches de décoration de mariage d'occasion en hausse de 69%

ACTUALITÉS

La saison des mariages sur le point de démarrer

Un mariage très dark

Les futures mariées sont à la recherche de couleurs inhabituelles pour leur robe, leur manucure et la décoration et, cette année, le noir a la cote.

Tendance mariage dark

- Recherches d'idées de mariage dark multipliées par 59
- Recherches esthétique couple dark multipliées par 39
- Recherches d'ongles noirs glam multipliées par 50
- Recherches de fêtes de mariage robe noire multipliées par 34

Tendances mariage en noir dans l'onglet Shopping

- Recherches de thème de mariage rouge et noir multipliées par 4
- Recherches de robe de mariage bohème noire multipliées par 4
- Recherches de mariage vert sauge et noir multipliées par 3
- Recherches de décorations de mariage noir chic multipliées par 2



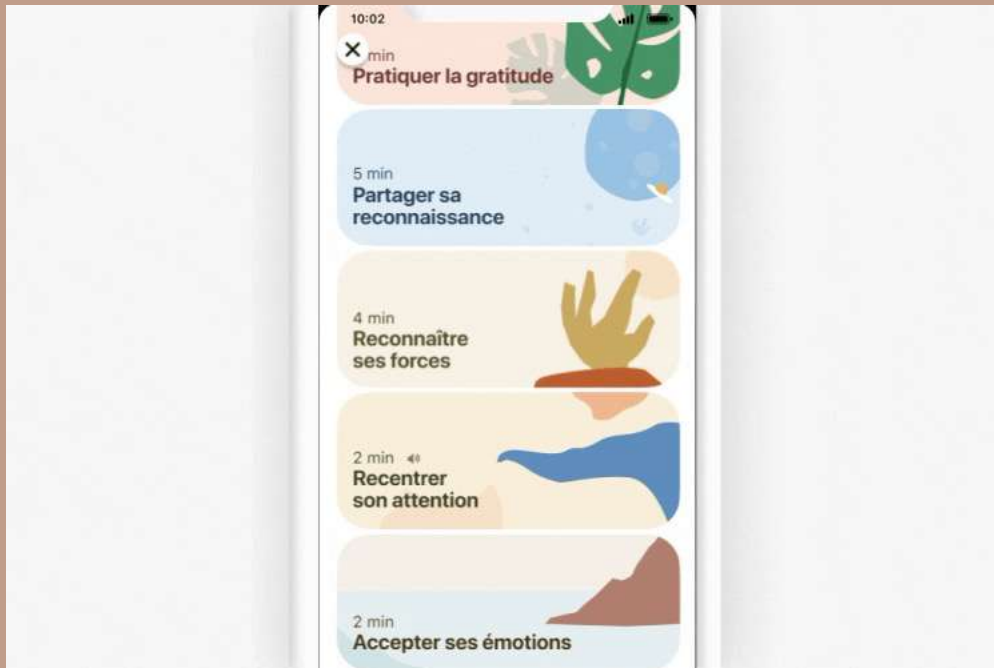
Plus d'idées ici :

<https://newsroom.pinterest.com/fr/bientot-la-saison-des-mariages-pinterest-inspire-de-nouveaux-looks-pour-le-jour-j>

ACTUALITÉS

Nouveau : fonctionnalité de recherche bienveillante étendue

Selon une récente étude publiée par Pinterest sur le pouvoir de l'inspiration, 80% des personnes interrogées se sentent plus positives grâce à la plateforme.



Nouvel effort en faveur de la positivité

La fonctionnalité [Recherche bienveillante](#) offre une série d'activités interactives que les utilisateurs peuvent essayer pour améliorer leur humeur s'ils se sentent stressés, anxieux, tristes ou en proie à des émotions négatives.

Concrètement, ils pourront bénéficier d'un soutien s'ils font des recherches indiquant qu'ils se sentent démoralisés, en tapant par exemple "*citations tristes*" ou "*anxiété au travail*". S'ils sélectionnent "*acceptez vos émotions*", ils seront guidés vers la pratique de l'auto-compassion.

20aine de pays dont la France bientôt

Indicateurs de base pour analyser vos campagnes publicitaires Pinterest

- **Impressions** : le nombre de fois que la publicité a été vue
- **Fréquence** : le nombre moyen de vues de votre annonce par utilisateur
- **CPM** : coût pour mille impressions publicitaires
- **CPC** : coût par clic
- **CTR** : Taux de clics (= clics/impressions)
- **CPA** : Coût par action (coût par inscription, par prospect, par achat,...)

Objectif « Conversions »

• Indicateurs de succès (KPI)

- ▶ Conversions
- ▶ Coût par conversion (CPA)
- ▶ Achats sur le site web
- ▶ ROAS
- ▶ Valeur de conversions (paiement final)

• Indicateurs secondaires

- ▶ Impressions
- ▶ Fréquence
- ▶ CPM, CTR, CPC
- ▶ Taux de complétion vidéos
- ▶ Engagements*

*Nombre total d'engagements sur vos annonces, y compris les clics, les enregistrements, les balayages d'Épingles carrousel, les enregistrements de collections secondaires, page suivante et page précédente

Sur quel(s) critère(s) analyser la réussite d'une campagne ?

- Analyser le **nombre de résultats** et le **coût par résultat (CPA)**
- Le CPA est-il au dessus ou en-dessous de votre objectif ?
- Est-ce qu'il **augmente** ou **diminue** avec le temps ?

Et si les résultats sont décevants dès le début ?

- Analyser le **CTR** : est-ce que les gens cliquent sur votre publicité ?
- Analyser le **CPC** : les clics vous coûtent cher ou non ?
- Analyser la **fréquence** : toujours les mêmes personnes qui voient vos pubs ?

ARBITRER SES CAMPAGNES

Ajouts au panier mais pas d'achat

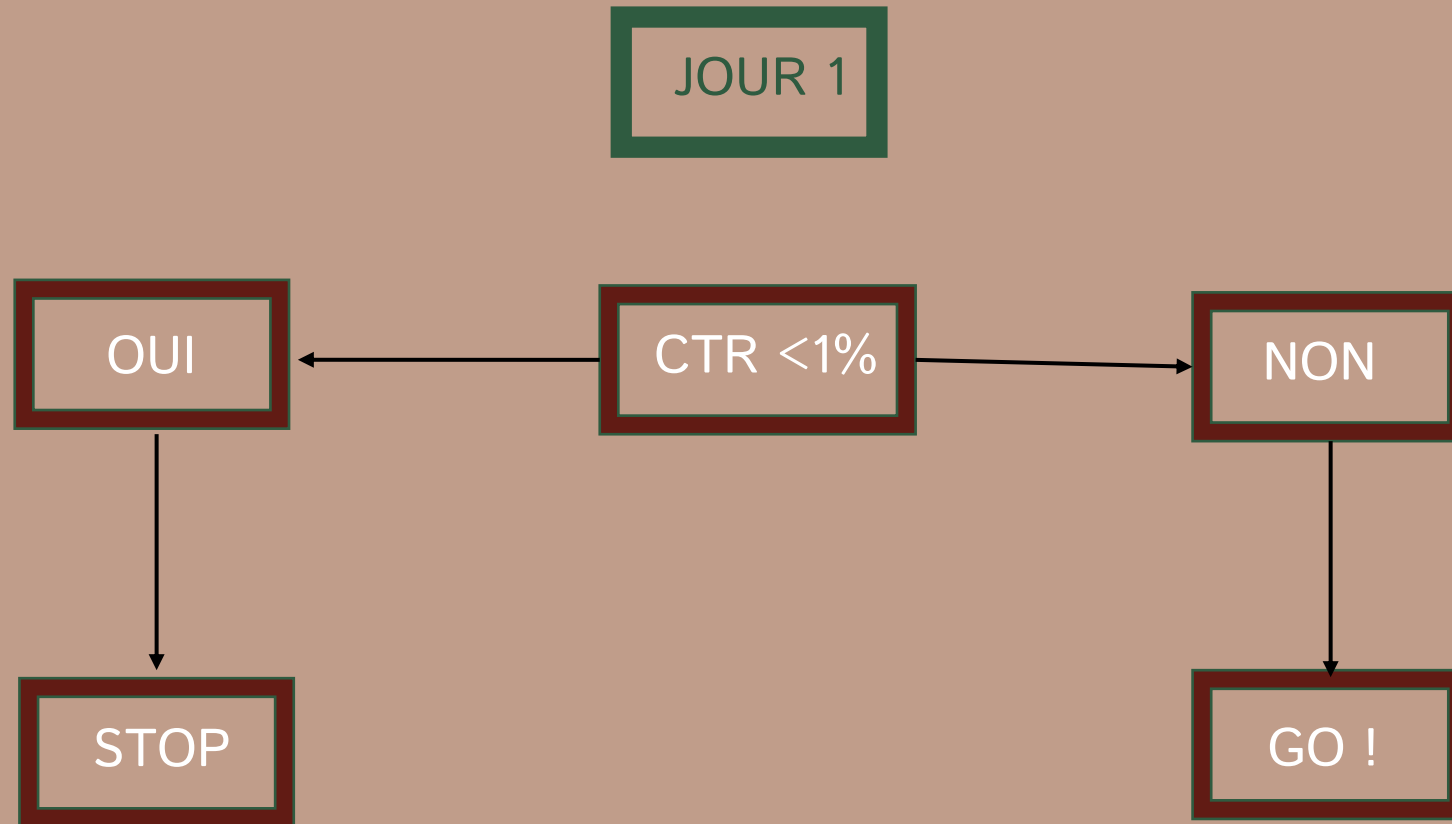
- Si le CTR est supérieur à 1%
- Le taux d'ajout au panier supérieur à 5%
- Mais...qu'il n'y a pas d'achat

CHANGER L'OFFRE :

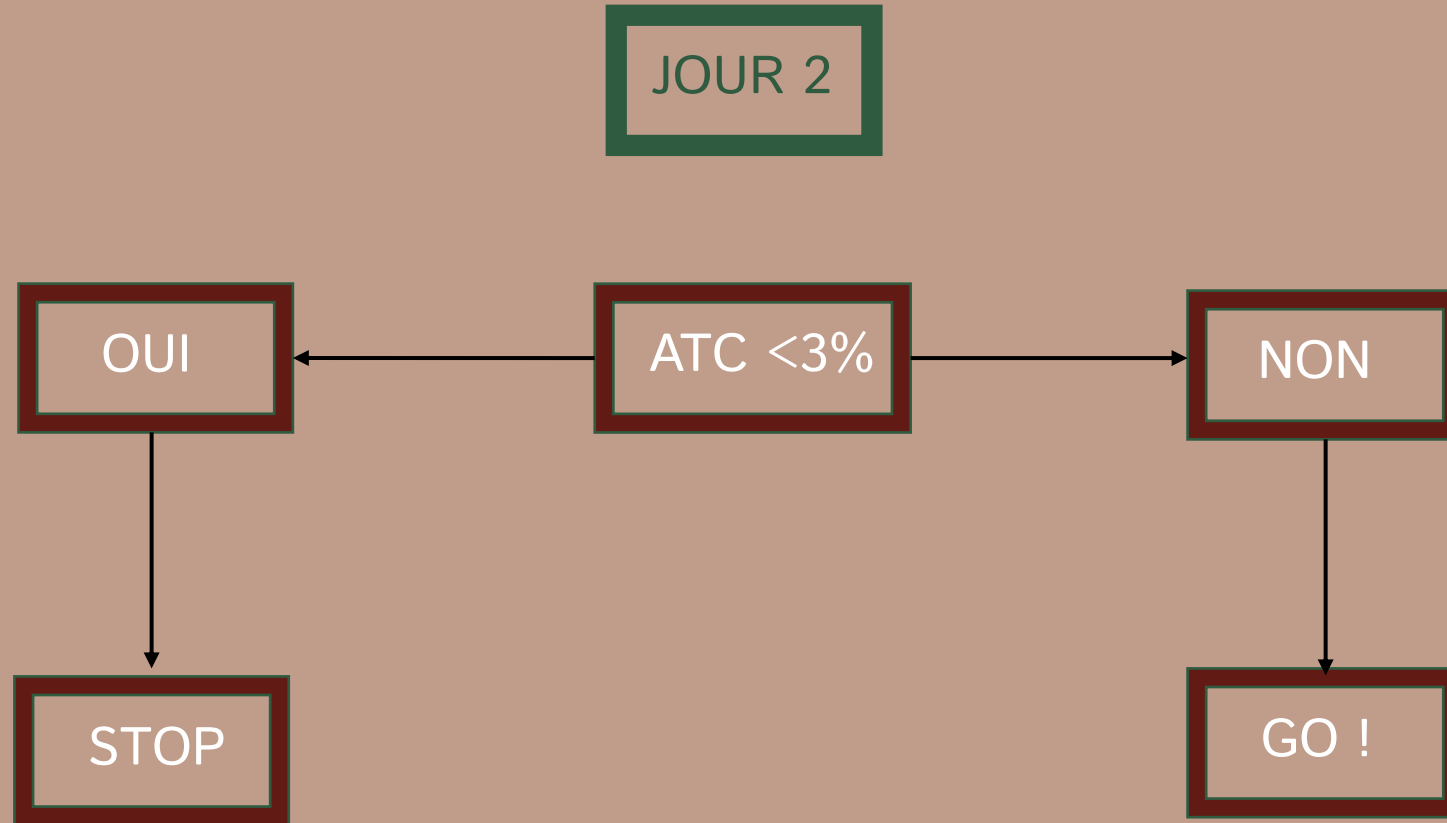
- Prix
- Réduction
- Cohérence avec la publicité
- Visuels
- Démonstration produit
- Ajout d'explications/ Ebook

STRATÉGIE DE TESTING

Campagne de conversions << paiement final >>



Campagne de conversions << paiement final >>



JOUR 2

ATC <3%

Tableau: CONVERSIONS

le co	Total des conversions (Visite de page) Total	Total des conversions (Ajouter au panier) Total	Nombre total de conversions (paiement final) Total	N T
0 €	0	0	0	
0 €	3	1	0	
0 €	0	0	0	
0 €	0	0	0	
0 €	0	0	0	
0 €	0	0	0	
0 €	0	0	0	
0 €	0	0	0	
0 €	1767	67	17	
0 €	1153	19	4	
0 €	5282	129	26	

1-47 sur 47 lignes

Visites de page : 5282

Ajouts au panier : 129

% d'ajouts au panier :
 $129/5282 * 100 = 2,44\%$

Ici on coupe sauf si le
produit est profitable

JOUR 2

ATC <3%

Total des conversions (Visite de page) Total	Total des conversions (Ajouter au panier) Total
0	0
3	1
0	0
0	0
0	0
0	0
0	0
0	0
0	0
321	14

Visites de page : 321

Ajouts au panier : 14

% d'ajouts au panier :
 $14/321 * 100 = 4,36\%$

Campagne de conversions << paiement final >>

JOUR 2

3-5% ATC

5% + ATC

CHANGER OFFRE

GO !

CHANGER L'OFFRE :

- Prix
- Réduction
- Cohérence avec la publicité
- Visuels
- Démonstration produit
- Ajout d'explications/ Ebook

Campagne de conversions << paiement final >>

JOUR 6

PAS PROFITABLE



COUPER

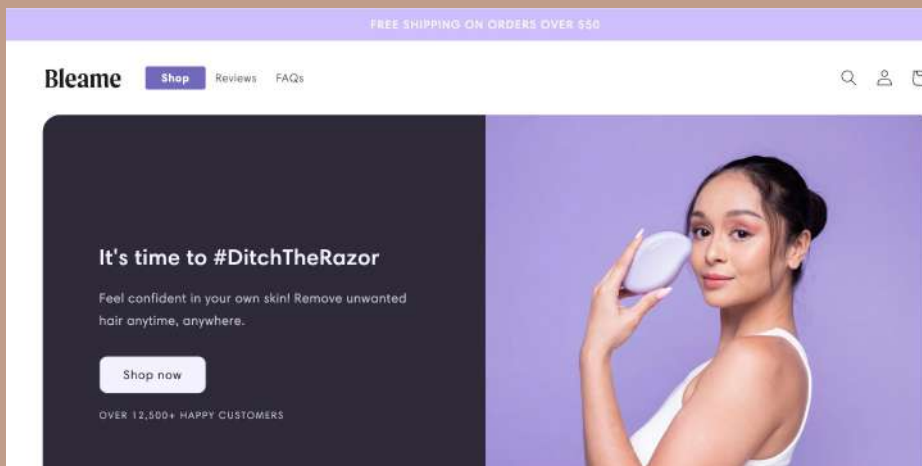
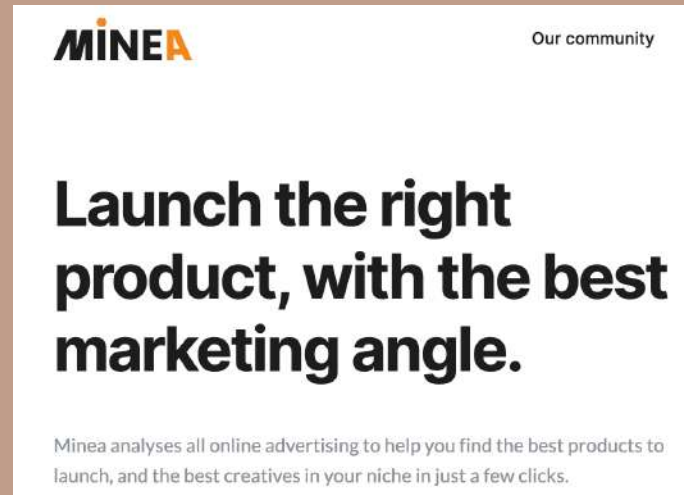
AUTRES FOCUS

Minéa

Un outil pour repérer les publicités du moment, s'inspirer de la concurrence.

En phase d'exploration de mon côté.

Je vous ferai un retour car l'option de recherche pour Pinterest semblent bonnes.



Bleame

Louis nous transmet un concurrent américain à surveiller de près ! Il commence à faire des étincelles sur Pinterest. De quoi s'inspirer et créer la concurrence si le produit vous parle 😊 <https://bleame.com/>

À VENIR

À venir sur la formation Pinterest Ads Booster

Modules 8 - Analyser ses campagnes

=> stratégies d'arbitrage

Module 4 - Créer des publicités à fort impact

=> Vous partager depuis mon compte Pinterest @nathaliedeleau des tableaux privés avec des sous tableaux par catégories/ secteurs, bibliothèque d'épingles inspirantes à laquelle vous pouvez contribuer, demander mon avis, celui des autres membres