

Tunnel de vente
Site e-commerce

les 3 (minuscules) détails qui
plombent vos pubs
Facebook



Nadège JORAND

**Fondatrice de l'agence JNAD,
spécialisée en web marketing**

- **Publicités Facebook**
- **Formation réseaux sociaux**
- **Coaching Facebook et marketing digital**
- **Création de bot Messenger**

www.jnad.fr

Copyright JNAD - Tous droits réservés.



Qui suis-je ?



Je travaille depuis plus de 18 ans dans la publicité, d'abord comme salariée dans des start-up, des agences de communication, de packaging, de signalétique, puis en tant qu'entrepreneurs en montant ma propre structure.

Je me suis formée en permanence au cours de ces 2 décennies car internet a beaucoup évolué. J'ai orienté mon entreprise sur les réseaux sociaux car c'est par là que la publicité se jouera à l'avenir, j'en suis convaincue.

Voilà 2 ans que je passe plus de 5 heures par jour sur les publicités Facebook de mes clients, j'en ai créé des milliers. J'ai fait des erreurs au début et j'ai aussi atteint des résultats énormissimes.

Aujourd'hui j'aime accompagner les entrepreneurs à comprendre Facebook et à l'utiliser de façon rentable.

Besoin d'un coaching ? coaching@jnad.fr

Tunnel de vente et Facebook : le rapport ?

Pourquoi votre site internet, votre tunnel de vente peut plomber vos publicités Facebook ?

Parce que Facebook attache autant d'importance à la page de destination qu'au visuel de votre publicité !!

Vous devez donc faire autant attention à votre site internet qu'au reste de votre publicité

Voici 3 critères qui impactent ÉNORMÉMENT
le PRIX de vos conversions et de votre trafic

1. Des conditions générales



Facebook veut que ses abonnés soient en sécurité quand ils sont envoyés sur un site depuis Facebook

Par conséquent il préfère qu'il y ait des éléments de confiance sur votre site

1) Des conditions générales de vente

Obligatoires si vous faites du commerce en ligne.

2) Avez-vous des icônes de paiement sécurisés sur vos pages de vente ?

3) Des mentions légales si vous faites de la capture d'email

Qui est en charge du site? Où se trouve l'entreprise ?s

4) Un contact ou des informations sur le support (en cas de problème avec votre produit)

Laissez votre email ou un numéro de téléphone où l'on peut vous joindre



2. La vitesse d'affichage de la page



Si la vitesse d'affichage de votre page est trop longue, vous allez perdre du monde, votre taux de rebond va exploser et par conséquent vous paierez du trafic pour rien !

A vérifier avec l'outil [Page Speed Insights](#), c'est un outil gratuit de Google

Il suffit juste de mettre l'url de votre page de destination et vous saurez si votre site a un affichage rapide.

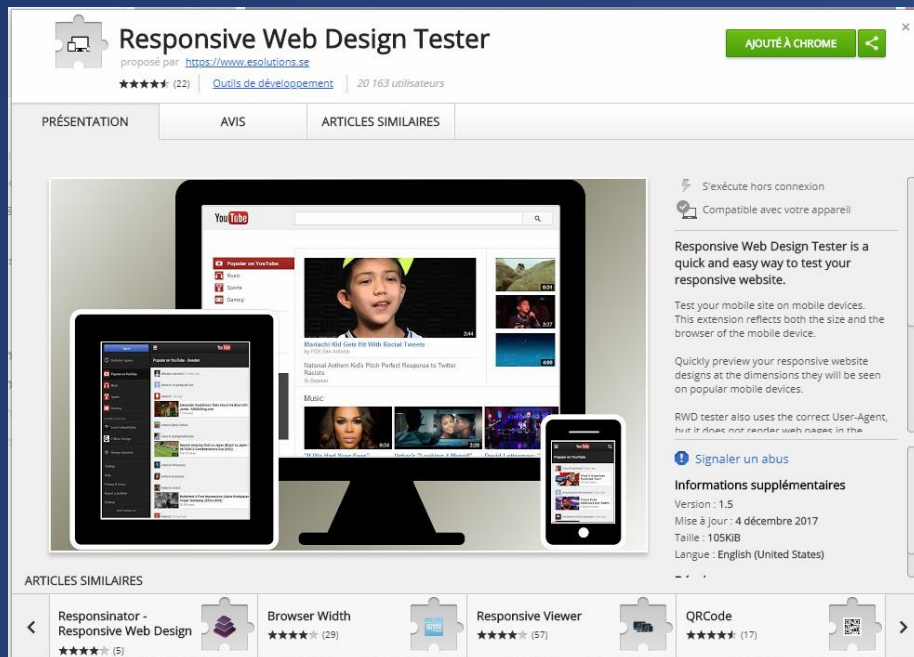
LA NORME = moins de 5 secondes

Si vous êtes au dessus de 5 secondes votre taux de rebond ou votre taux d'abandon de panier risque d'être très haut et donc vous allez gaspiller le trafic que vous envoyez sur votre page !

3. Un site responsive



Si vous avez un site non responsive ou alors mal fait au niveau responsive vous allez aussi perdre du monde considérant que la grande majorité du trafic Facebook viendra sur mobile.



Personnellement, j'utilise l'outil gratuit qui est une extension de Chrome, qui s'appelle Responsive Web Design Tester

Je teste la page de destination avec pour être sûre que ce soit bien lisible, que les boutons se placent correctement, que les tailles de polices soient cohérentes avec mon message

....

Bonus



Vous souhaitez aller encore plus loin,
je vous propose un coaching EXCEPTIONNEL !

[C'est une surprise, si vous êtes curieux cliquez ici !](#)

N'hésitez pas à me remonter toutes vos questions,
informations, avis sur ce guide

Page Facebook : JNAD- Nadège JORAND
<https://www.facebook.com/jnad.communication>