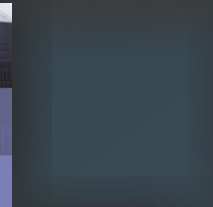
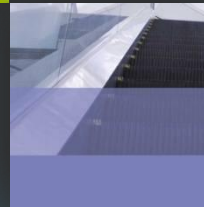
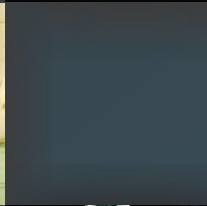
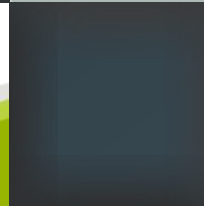
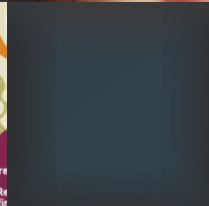


- ACCUEIL
- CONTACT
- ESPACE RECRUTEMENT
- SERVICE MODELES
- SIGNALER CE SITE
- FAQ
- GOODIES



l'enchanteur

Jeu concours - FFR

- Vous souhaitez mettre en place un jeu-concours sur la nouvelle page Facebook de la FFR afin de créer un élément incitatif qui permettra :
 - D'animer et privilégier votre communauté
 - De recruter de nouveaux fans.
 - De communiquer auprès de votre base de données par email pour les informer de la création de la page Facebook.

- Des maillots du XV de France dédiés par les joueurs seront offerts aux gagnants.

- Pour faire connaître le jeu-concours et générer des inscriptions, il est indispensable de communiquer sur celui-ci.
- Pour cela plusieurs supports peuvent être envisagés :
 - Communiquer auprès de votre base de données par email
 - Informer vos visiteurs dès la page d'accueil du site
 - Réaliser une campagne de bannières Facebook

Campagne Facebook

PRÉSENTATION DE FACEBOOK ADS



Pourquoi des bannières sur Facebook ?

➔ **Car il est possible de cibler précisément les internautes.**

- Qui ils sont
- Ce qu'ils aiment

➔ **Car seuls les clics sont payés.**

- Beaucoup d'impressions sans frais
- Et clics efficaces

NB : On ne paie donc que pour les internautes réellement intéressés.

➔ **Car la maîtrise des dépenses est totale et instantanée.**

- Modification et évolution en temps réel
- Améliorations constantes

➔ **Car il y a un potentiel intéressant à exploiter.**

- Plus de 500 000 passionnés de rugby en France

Diffusion des bannières

The screenshot shows a Facebook profile for Alexis Michel. The main feed contains posts from 'Fauchon' (a collection of pastries) and 'Théâtres Parisiens Associés' (a contest for theater tickets). On the right, a 'Sponsorisé' column displays four advertisements: 'LG Mobile', 'Restaurant Le Ragueneau', 'Malongo', and 'Tourteau Gambas Saumon'. A red box highlights this column, and a red arrow points to the 'J'aime' button of the 'Tourteau Gambas Saumon' ad.

○ Les bannières sur Facebook sont diffusées :

- Dans la colonne de droite
- En fonction des profils

➤ C'est l'internaute qui est ciblé : qui il est et ce qu'il aime. Les publicités affichées sont donc totalement différentes d'un compte Facebook à l'autre.

Les formats de bannières

- On distingue sur Facebook deux formats de bannières :

Les publicités Facebook

Nike Free Run iD



Rejoignez NikeiD et personnalisez votre Nike Free iD

www.sosh.fr
shop.sosh.fr



Forfait tout inclus à 24,90€/mois : Appels/SMS illimités + internet 2Go

La bannière comprend :

- Un titre (25 caractères)
- Un visuel (110px X 80px)
- Une description (90 caractères)

Cette bannière peut renvoyer aussi bien sur une page Facebook, une application ou un site en dehors de Facebook.

Les actualités sponsorisées



Alexis Michel aime Fédération Française de Rugby (FFR) - Officiel.



Fédération Française de Rugby (FFR) - Officiel
👍 J'aime



Théâtres Parisiens Associés
Qui n'a pas encore participé à notre jeu-concours ? C'est l'occasion de gagner une invitat...



Jeu-concours Théâtres Parisiens Associés

👍 9 💬 3 📧 1

Les actualités sponsorisées permettent :

- De toucher les amis des fans de la page FFR
- De mettre en avant une actualité postée sur le mur

Les taux de clics de ces bannières sont beaucoup plus élevés que les publicités : jusqu'à 0,1%.

L'efficacité

- La diffusion de publicité sur Facebook est très différents de celle faite à travers des bannières « classiques » sur internet.
- Il faut bien prendre en compte ses contraintes :
 - **Peu de place pour s'exprimer** : les publicités sont petites
 - **Peu de temps pour s'exprimer** : les internautes changent vite de page
- Il est donc indispensable de bien préparer la campagne pour qu'elles soient efficaces :
 - **Cibler des internautes pertinents**
 - Des internautes qui seront intéressés par ce qu'on leur propose.
 - **Faire des annonces efficaces**
 - Des annonces qui attirent l'œil, qui soit simple et donne envie de cliquer.

À NOTER

Grâce à l'outil de gestion que propose Facebook, nous ajustons les campagnes quotidiennement afin de les optimiser. Ainsi en fonction des performances des ciblage et des annonces, nous les modifions jusqu'à atteindre le meilleur résultat.

Campagne Facebook

NOTRE RECOMMANDATION

Ciblage & bannières

- Afin d'avoir la campagne la plus efficace possible, nous vous proposons la mise en place des éléments suivants :



Ciblage

- Plus de 18 ans
- Vivant en France
- Intéressé par :
 - Le rugby
 - Les rugbyman
 - Le sport
- N'étant pas encore fan de la page FFR



Bannières

- 50% du budget sur des « publicités Facebook »
- 50 % sur les « actualités sponsorisées » (cf slide 7)

Propositions de bannières : Publicité

- Voici nos propositions de bannières :

Fédération Française de Rugby...



Vous aimez.

Répondez à notre quizz et gagnez un maillot dédié du XV de France.

Fédération Française de Rugby...



Vous aimez.

Participez à notre jeu et tentez de gagner 10 maillots dédiés du XV de France !

Fédération Française de Rugby...



Vous aimez.

Fan de rugby ? Jouez avec nous et gagnez 10 maillots dédiés du XV de France !

Fédération Française de Rugby...



Vous aimez.

Avalanche de cadeaux avec la FFR. Participez-vote à notre jeu-concours !

Fédération Française de Rugby...



Vous aimez.

Vite ! Jouez et remportez un maillot du XV de France !

À NOTER

- L'idée est que ces 5 bannières tournent en même temps, et ce, pour deux raisons :
- Les tester et trouver les combinaisons les plus efficaces
 - Éviter de laisser l'internaute avec une seule créa

Propositions de bannières : Actualité

○ Plusieurs formats d'actualités sponsorisées seront utilisés :

- **Les actualités de page aimée**

- Lorsque des utilisateurs aimeront votre page, leurs amis verront une actualité à ce sujet.



- **Publicité d'une publication de Page**

- Mise en avant d'une publication postée sur le mur de votre page qui fera un lien vers le jeu-concours.



- **Actualité de publication de Page aimée**

- Lorsque des utilisateurs aimeront une publication de votre page, leurs amis verront l'action effectuée.



PLANNING

Avril 2012

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Validation du devis		Travail graphique + règlement				1
2	3	4	5	6	7	8
	Développement de l'application					
Mise en ligne du jeu-concours	10	11	12	13	14	15
	Campagne Facebook					
16	17	18	19	20	21	22
	Campagne Facebook					
23	24	25	26	27	28	29
	Campagne Facebook			Fin du jeu-concours		
30						
		Tirage au sort				

BUDGET

Budget

PRESTATIONS	COUTS HT
Campagne Facebook	
Conception et mise en place <i>Conception de la campagne, Création des bannières et mise en place de la campagne.</i>	1 000 €
Achat d'espace <i>Achat d'espace Facebook Ads + honoraire à la performance (Optimisation + reporting)*</i>	4 000 €
TOTAL JEU-CONCOURS	5 000 €

À NOTER

Afin de rémunérer notre travail quotidien, nous misons sur la performance. Ainsi nous nous rémunérons au coût par clic : 0,1€ par clic.

Ce fonctionnement permet de travailler sur un système gagnant/gagnant :

➤ Avec un même budget, nous augmentons notre revenu en augmentant vos clics.