

## CHECKLIST – À NE PAS OUBLIER AVANT ET PENDANT LA PÉRIODE DES FÊTES

### Avant :

*Quelques éléments sont à garder en tête lors de la planification de cette période cruciale de l'année :*

- Effectuer une analyse des opportunités de vente pour la période afin de déterminer son budget marketing;
- Prévoir un budget incrémental lié aux augmentations des coûts lors des périodes clés due à la hausse de la présence de la concurrence;
- Recommander l'utilisation de formats créatifs les plus efficaces possibles (ex: *Responsive Ads* sur le Google Display Network ou le Carrrousel dynamique de produits sur Facebook);
- Intensifier ses efforts en prospection pour s'assurer de maximiser ses bassins d'audiences en vue de la période clé;
- Privilégier l'utilisation d'audiences ayant fait ses preuves et dont les chances de générer des conversions sont plus élevées;
- Éviter de lancer des tests lors de ces périodes clés;
- Se fixer des objectifs clairs et mesurables : une seule mesure de succès primaire chiffrable et des mesures de succès secondaires qui viennent appuyer l'objectif premier de la campagne.

### Pendant :

*Quelques éléments sont à ne pas oublier en gestion de la campagne lors de cette période cruciale de l'année :*

- Sur Facebook, privilégier un mode de livraison optimisant aux impressions ou au clics livrés plutôt que d'optimiser aux conversions ou même aux ajouts au panier. Avec une offre promotionnelle agressive, il ne sera pas nécessaire de brider l'algorithme, vos audiences seront prêtes à convertir;
- Augmenter vos mises pour maximiser vos chances de gagner les enchères mais augmenter également vos budgets pour ne pas être limité par ces derniers;
- Suivre de près la performance de votre principale métrique de succès, des audiences utilisées, et favoriser les investissements vers celles qui performant le mieux. L'utilisation de [tableaux de bord](#) pourra vous aider à prendre des décisions de façon rapide et éclairée.

Bon succès!