

CHECK-LIST DESTINÉE AUX CONTENUS SPONSORISÉS TABOOOLA

Le guide indispensable à la réussite des annonceurs

Que vous commenciez tout juste à travailler avec des contenus sponsorisés ou que vous soyez un professionnel chevronné, vous devez en permanence actualiser vos connaissances des bonnes pratiques en vigueur pour assurer votre succès sur le canal de la découverte de contenu.

Pour aider nos annonceurs à exploiter le meilleur de leurs campagnes Taboola, nous avons compilé une liste complète de conseils, d'astuces et de recommandations pour :

LES ANNONCES

Les titres et les images qui attirent l'attention et les clics

LE CIBLAGE DES AUDIENCES

Les stratégies pour que vos contenus soient diffusés auprès des bonnes personnes

LES CONTENUS

Maîtriser l'expérience post-clic

LA MESURE DU SUCCÈS

Définir les bons KPI, de la bonne manière

LES A/B TESTS

Comment et quand identifier ce qui fonctionne réellement pour vous

ET BIEN PLUS ENCORE.

Ces bonnes pratiques sont réunies pour former un guide complet, à garder à portée de main pour le lancement de vos prochaines campagnes de contenu sponsorisé.

BONNES PRATIQUES POUR VOS ANNONCES

Les annonces sont la vitrine de votre campagne. Bien réalisées, elles ont le pouvoir de capter l'attention et de générer des clics.

Images

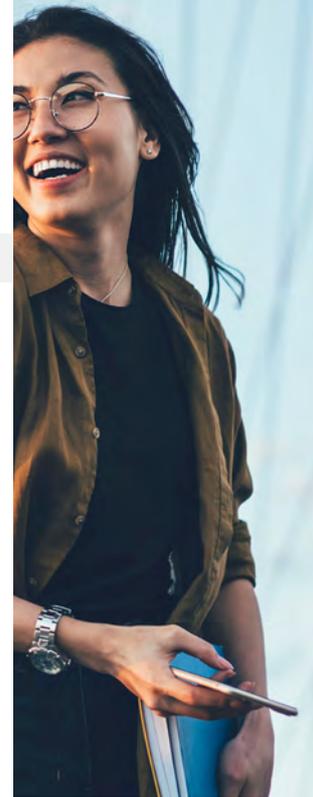
- Mes images ne semblent pas être tout droit sorties d'une banque d'image.
- Mes images disposent d'un point de focalisation unique et peuvent être recadrées dans différentes tailles sans perdre ce focus.
- L'arrière-plan de mon image ne détourne pas l'attention.
- S'il y a des personnes sur ma photo, je peux voir leurs yeux.
- Mon produit est sur l'image.
- Mon texte est facile à lire, ou j'ai inséré toutes les informations nécessaires dans mon titre (c'est encore mieux).
- J'ai enregistré trends.taboola.com dans mes favoris pour suivre en permanence les évolutions des tendances en matière d'images.
- Mon fichier image ne fait pas plus de 2,5 Mo. C'est soit un JPEG (de préférence), soit un JMP, un PNG, un WEBP ou un GIF.
- La taille de mon fichier image est au minimum de 1000 x 600 px pour pouvoir répondre à toutes les tailles de placement, sachant que la plus petite taille du système est de 600 x 400 px.
- Mes images sont au format 16:9 (de préférence), 4:3 ou 1:1.

Titres

- Je m'adresse directement à une audience spécifique, ou j'utilise le ciblage par insertion dynamique de mots clés (DKI) pour ce faire.
- Je mentionne un produit spécifique ou un type de service (par exemple, des cartes de crédit, des bottes, des assurances).
- J'utilise moins de 50 caractères sur ordinateur fixe et moins de 75 caractères sur tablettes et mobiles.
- Mon nom de marque comporte au minimum 30 caractères.
- Je mets l'information la plus importante au début de mon titre.
- Je teste mon titre dans l'analyseur de mots clés de Taboola sur trends.taboola.com et je vérifie qu'il génère le plus haut CTR potentiel.

Annonce en général

- Mes annonces ne font pas de fausses promesses. Quand un utilisateur clique sur ma publicité, il n'est pas surpris par le contenu qui s'affiche sur la page de redirection.
- Je teste 7 à 9 annonces créatives à la fois pour chaque campagne afin d'atteindre les meilleurs résultats. J'utilise par exemple toutes les combinaisons possibles de trois titres et trois images.



BONNES PRATIQUES DE CIBLAGE

Diffusez vos contenus aux bonnes audiences, aux bons endroits et au bon moment.

- Je commence par utiliser des paramètres de ciblage très larges afin de profiter pleinement de la portée inégalée de Taboola, et de définir quels types d'audiences je peux intéresser.
- Je vérifie les Segments Taboola et les options de données tierces.
- Je teste des techniques de ciblage telles que le retargeting, le géociblage, les audiences similaires, etc.
- Je réalise des A/B tests sur un critère de temps (année, semaine, jour, etc.) ou de plateforme (fixe, mobile, tablette) afin d'affiner mes performances.

BONNES PRATIQUES DES PAGES DE REDIRECTION

Vous avez généré leur clic, faites maintenant en sorte que leur expérience post-clic en vaille la peine.

- Je teste au moins deux destinations de redirection via des campagnes séparées.
- Je m'assure que le contenu de ma page de redirection correspond parfaitement à mon annonce.
- Je n'hésite pas à expliquer aux utilisateurs en quoi mon produit peut les intéresser ou qui nous sommes.
- Je ne fais figurer aucune information superficielle ou non pertinente.
- Je m'assure que le titre de ma page de redirection contient toutes les informations pertinentes – les consommateurs font défiler la page vers le bas puis reviennent au début avant de choisir de rester ou non.
- J'insère des appels à l'action au tiers de la page, puis à nouveau en bas.
- Mes appels à l'action sont suffisamment longs pour afficher ma proposition de valeur directement dans le texte.

BONNES PRATIQUES DE MESURE

Surveillez de près les performances de vos contenus sponsorisés.

- J'implémente le Taboola Pixel pour faciliter le suivi et la mesure de ma campagne.
- Je prends en considération l'intégralité du tunnel de conversion, pas seulement la fin ou le début, et je garde en tête qu'un consommateur interagit souvent avec plusieurs points de contact avant d'effectuer un achat.
- J'identifie les KPI primaires et secondaires qui vont me permettre d'atteindre mes objectifs business, afin d'obtenir une image précise de la réussite d'une campagne.



BONNES PRATIQUES D'A/B TESTS

Testez en continu, mais assurez-vous de le faire de la bonne façon.

- Je réalise des A/B tests sur le moins de critères possible à la fois.
- Beaucoup de choses peuvent faire qu'un titre sera «bon» ou «mauvais». Testez différentes stratégies de titres (titres de listes, titres qui posent une question, titres qui interpellent l'audience cible) pour voir ce qui fonctionne le mieux.
- Je commence à évaluer la fatigue créative après un délai d'environ deux semaines.
- Je garde en tête que les A/B tests sont nécessaires en continu et qu'il faudrait donc toujours les poursuivre.

BONNES PRATIQUES EN MATIÈRE D'ENCHÈRES

Optimisez le budget investi dans vos campagnes.

- Je mets en pause les annonces qui génèrent peu de CTR et/ou de conversions, après qu'elles ont atteint au moins 200 à 500 clics.
- Quand les CPA sont élevés, j'envisage de modifier mes enchères site média par site média.
- Je réduis mes enchères sur un site média seulement si j'ai généré au moins 300 clics à un CPA trois fois supérieur à mes objectifs.
- Je ne bloque complètement un site média que si j'ai généré au moins 500 clics sans conversion.
- J'augmente mes enchères de +25 % à +50 % sur les sites médias les plus performants afin d'accroître leur compétitivité.
- J'envisage de mettre en place des campagnes permanentes si mon budget et les paramètres de l'offre le permettent.
- J'utilise la solution Smart Bid de Taboola – les annonceurs ont tendance à mieux réussir avec Smart Bid qu'avec des enchères manuelles.

COMMENT ÉVITER QUE MA CAMPAGNE SOIT REJETÉE

Mettez votre campagne en place le plus rapidement possible.

- L'image ou la vidéo de ma publicité, son titre et sa page de redirection sont conformes aux [Directives de niveau de qualité de campagne](#) de Taboola.
- Mon image affiche une dimension originale minimum de 600 px de long sur 1000 px de large.
- L'image ou la vidéo et le titre de ma publicité correspondent au contenu de ma page de redirection.
- Je dispose des autorisations nécessaires pour utiliser l'image ou la vidéo de ma publicité et tous les contenus de ma page de redirection.
- Mon titre et ma page de renvoi sont rédigés dans un français correct et ne contiennent aucune affirmation exagérée ou déclaration non fondée.
- Mon produit ou service n'est pas interdit de publicité dans les régions que je cible, ni par le [Guide des contenus, produits et services interdits](#) de Taboola.
- Aucune de mes URL n'est un lien brisé.

RESSOURCES À METTRE EN FAVORIS

Les ressources Taboola, régulièrement mises à jour, pour m'accompagner sur le chemin du succès.

- ❑ Le [Centre d'aide pour les annonceurs Taboola](#), disponible en français, contenant des articles sur les bonnes pratiques, ainsi que des conseils et astuces pour optimiser votre campagne de contenu sponsorisé.
- ❑ [Taboola Trends](#), un site qui analyse chaque semaine des millions de campagnes sur la plateforme Taboola, afin de détecter les tendances en termes d'images, de titres, etc. qui vous aideront à réussir.
- ❑ Les [Bonnes pratiques pour les titres et images de Taboola](#), pour mieux comprendre les exigences auxquelles vos publicités doivent répondre.
- ❑ Le [blog Taboola](#), dont les publications régulières offrent des conseils en termes de stratégie créative, de bonnes pratiques et notre vision d'expert sur le marché.
- ❑ Les résultats sont parfois longs à venir, mais c'est un bon point de départ que d'utiliser toutes les bonnes pratiques listées ci-dessus.

Des annonces soigneusement étudiées aux A/B tests minutieusement réalisés, voilà tous les ingrédients d'une excellente campagne de contenu sponsorisé sur Taboola.

Que vous soyez novice ou expérimenté, mettez en œuvre ces bonnes pratiques et vous serez sur la bonne voie pour réussir votre campagne de contenu sponsorisé.

NOUVEAU SUR TABOOLA ?

[Créez votre
campagne »](#)

