

# Sur les traces de l'éléphant d'Asie

**RAPPORT - PARTIE 2** 

Revaclier Laure-Hélène https://elephantsdasie.ch | markdig2, semestre de printemps, m49-1

# Table des matières

Table des matières1
Évolution de l'implémentation du Web Analytics
Ajout d'une propriété GA4
Création d'un compte GTM5
Balises UA et GA4 dans GTM
Microsoft Clarity et GTM
Google Data Studio
Google My Business
Concept de promotion : Campagne SEA22
Proposition de campagne22
Résultats à atteindre27
Deux questions supplémentaires28
Concept de promotion : Campagne Display29
Concept de campagne Display
Objectifs chiffrés
Réseaux sociaux : Facebook
Inspirations35
Création de la page
Création de posts40
Réseaux sociaux : Instagram (binôme)43
Stratégie du site et inspirations
Création de la page
Création de posts47
Deux questions supplémentaires50
Réseaux sociaux : Twitter
HootSuite
Réseaux sociaux : LinkedIn
Annonce publicitaire Instagram
Visuel, simulation de rendu et ciblage59
Deux questions supplémentaires61
Facebook Pixels
Une question supplémentaire

Publicité audio digitale	68
Deux questions supplémentaires	72
Analyse bonus : SEOptimer	73
Conclusion	74
Sources	75

# Évolution de l'implémentation du Web Analytics

# Ajout d'une propriété GA4

Je commence par ajouter dans Google Analytics une propriété Google Analytics 4 pour mon site. Dans la partie Réglages, je clique sur « Assistant de configuration GA4 ».

Analytic	CS All Web Site Data •	ch			🧟 II 🔞 I 🔇
	DMINISTRATION UTILISATEUR				
ń	Compte + Créer un compte		Propriété + Gréen une propriété		Vue + Gréer une vue
	Sur les traces de l'éléphant d'Asie	*	elephantsdasie.ch (UA-187470024-1)	*	All Web Site Data
0	Paramètres du compte	۲	Assistant de configuration GA4	(*)	Paramètres de la vue
±	Gestion des utilisateurs du com	pte	Paramètres de la propriété		Gestion des utilisateurs de la vue
~	Y Tous les filtres		Gestion des utilisateurs de la propriété		Dijectifs
=0 Pa	<ul> <li>Historique des modifications au niveau du compte</li> </ul>	1	< > Informations de suivi		A Regroupement de contenu
	Corbeille		<ul> <li>Historique des modifications au niveau de la propriété</li> </ul>		Y Filtres
			Dd Demandes de suppression des données		Paramètres des canaux
			ASSOCIATION DE PRODUITS		Paramètres d'e-commerce
2			Association à Google Ads		Dd Métriques calculées utra.
•			Association à AdSense		ÉLÉMENTS ET OUTILS PERSONNELS
					plg segments
> Analytic	Tous les comptes > elephantsdasie.	cuell Analytics   C	Conditions d'utilisation   Règles de con	fidentialité   En	voyer des commentaires
> Analytic	CS Tous les comptes 3 elephantsdasie. All Web Site Data ~ MINISTRATION UTILISATEUR	cueil Analytics   C	Conditions d'utilisation   Règles de con	fidentialité   En	royer des commentaires
Analytic	Tous les comptes > elephantsdasie. CS All Web Site Data ~ MINISTRATION UTILISATEUR Propriété + Créer une propriété elephantsdasie.ch (UA-18/470024-1)	cueil Analytics   C	Conditions d'utilisation   Règles de con de configuration de la propri	fidentialité   Em	Analytics 4 Propriété ner connecte
Analytic	Tous les comptes > elephantsdasie. CS All Web Site Data ~ MINISTRATION UTILISATEUR Propriété + dréer une propriété elephantsdasie.ch (UA-18747024-1) Assistant de configuration GA4	cueil Analytics   ( ch Assistant Vous utilise d'Apaktics	Conditions d'utilisation   Règles de con de configuration de la propri ez actuellement une propriété Goode	fidentialité   En	Analytics 4 Propriété nan connecte s. Pour faire partie de l'avenir
Analytic	Tous les comptes > elephantsdasie. CS All Web Site Data ~ MINISTRATION UTILISATEUR Progriété + Order une progriété elephantsdasie.ch (UA-187470024-1) Assistant de configuration GA4 Paramètres de la propriété	ch Assistant Vous utilise d'Analytics Cette propri	Conditions d'utilisation   Règles de con de configuration de la propri ez actuellement une propriété Univ , configurez une propriété Google iété Universal Analytics restera inch	fidentialité   En iété Google ersal Analytic Analytics 4 ci angée et conti	Analytics 4 Propriété ner connecte s. Pour faire partie de l'avenir -dessous. En savoir plus sur GA4 nuera à collecter des données.
Analytic	CS Tous les comptes > elephantsdasie. CS Tous les comptes > elephantsdasie. All Web Site Data ~  MINISTRATION UTILISATEUR Propriété  Cider une propriété elephantsdasie.ch (UA-187470024-1)  Assistant de configuration GA4  Paramètres de la propriété  Gestion des utilisateurs de la propriété	ch Assistant Vous utilise d'Analytics Cette propri	Conditions d'utilisation   Règles de con de configuration de la propri ez actuellement une propriété Univ , configurez une propriété Google iété Universal Analytics restera inch	fidentialité   En iété Google ersal Analytic Analytics 4 ci angée et conti	Analytics 4 Propriété ner connecte s. Pour faire partie de l'avenir -dessous. En savoir plus sur GA4 nuera à collecter des données.
Analytic	Tous les comptes > elephantsdasie. CS Tous les comptes > elephantsdasie. All Web Site Data ~  MINISTRATION UTILISATEUR Propriété elephantsdasie.ch (UA-187470024-1)  Anasistant de configuration GA4 Paramètres de la propriété elephontété cy Informations de sulvi	ch Assistant Vous utilise Cette propri	de configuration de la propriet az actuellement une propriété Univ , configurez une propriété Google iété Universal Analytics restera inch	fidentialité [ En iété Google ersal Analytic Analytics 4 ci angée et conti souhaite crée alytics 4	Analytics 4 Propriété nan connecté s. Pour faire partie de l'avenir -dessous. En savoir plus sur GA4 nuera à collecter des données.
Analytic	CS Tous les comptes > elephantsdasie. CS All Web Site Data ~  MINISTRATION UTILISATEUR  Proprièté  Proprièté  Assistant de configuration  Assistant de configuration  Paramètres de la proprièté  Gestion des utilisateurs de la  propriété  Historique des modifications au niveau de la propriété	ch Assistant Vous utilise d'Analytics Cette propri	de configuration de la propri ez actuellement une propriété Univ , configurez une propriété Google iété Universal Analytics restera inchi	fidentialité [ En iété Google ersal Analytic Analytics 4 ci angée et conti souhaite crée alytics 4 s créerons une p e propriété Unive	Analytics 4 Propriété non connecté s. Pour faire partie de l'avenir -dessous. En savoir plus sur GA4 nuera à collecter des données. er une propriété Google ropriété Google Analytics 4 à partir de resal Analytics.
Analytic	CS Tous les comptes > olephantsdasie. CS All Web Site Data ~  MINISTRATION UTILISATEUR  Progriété  Progriété  Progriété  Assistant de configuration  Assistant de configuration  Assistant de configuration  Assistant de configuration  Assistant de sutilisateurs de la  propriété  Si Informations de sutvi  Historique des modifications  au niveau de la propriété  De Demandes de suppression  de configuration	ch Assistant Vous utilise d'Analytics Cette propri	de configuration de la propriet szactuellement une propriété Univ , configurez une propriété Google iété Universal Analytics restera inch Je s Ana Nou cett	fidentialité [ En iété Google ersal Analytic Analytics 4 ci angée et conti souhaite crée alytics 4 s créerons une p e propriété Unive Premiers pas	Analytics 4 Propriété non connecte s. Pour faire partie de l'avenir -dessous. En savoir plus sur GA4 nuera à collecter des données. er une propriété Google ropriété Google Analytics 4 à partir de rsal Analytics.
Analytic	Tous les comptes > elephantsdasie.     All Web Site Data ~     MINISTRATION UTILISATEUR      Propriété     elephantsdasie.ch (UA-187470024-1)      Assistant de configuration     GA4     Paramètres de la propriété     Gestion des utilisateurs de la     propriété     Informations de suivi     Historique des modifications     au niveau de la propriété     De Demandes de suppression     des données.	ch Assistant Vous utilise d'Analytics Cette propri	de configuration de la propriet zactuellement une propriété Univ , configurez une propriété Google iété Universal Analytics restera inch	fidentialité [ En iété Google ersal Analytic Analytics 4 ci angée et conti souhaite crée alytics 4 s créerons une p e propriété Unive Premiers pas	Analytics 4 Propriété non connecté s. Pour faire partie de l'avenir -dessous. En savoir plus sur GA4 nuera à collecter des données. er une propriété Google ropriété Google Analytics 4 à partir de resal Analytics.
Analytic Analytic	Tous les comptes > elephantsdasie. CS Tous les comptes > elephantsdasie. All Web Site Data   MINISTRATION UTILISATEUR  Propriété elephantsdasie.ch (UA-18/470024-1)  Aussistant de configuration Aussistant de configuration Aussistant de configuration Paramètres de la propriété  CA Propriété Cy Informations de suivi Children de suppression des données  Association DE PRODUTS  Association à Google Ads	ch Assistant Vous utilise d'Analytics Cette propri	de configuration de la propriet szactuellement une propriété Gogle iété Universal Analytics restera inchi Je Ana Nou cettr	fidentialité [ En iété Google ersal Analytic Analytics 4 ci angée et conti souhaite crée alytics 4 s créerons une p e propriété Unive Premiers pas	Analytics 4 Propriété nan connecté s. Pour faire partie de l'avenir -dessous. En savoir plus sur GA4 nuera à collecter des données. er une propriété Google ropriété Google Analytics 4 à partir de resal Analytics.
Analytic	CS Tous les comptes > elephantsdasie. CS All Web Site Data ~  MINISTRATION UTILISATEUR  Propriét  Construction UTILISATEUR  Propriét Construction C	cuell Analytics   C	de configuration de la propriet de configuration de la propriet du la configuration de la propriet du la configurez une propriété Google liété Universal Analytics restera inche liété Universal Analytics restera inche liété Universal Analytics res	fidentialité [ En iété Google ersal Analytic Analytics 4 ci angée et conti souhaite crée alytics 4 s créerons une p e propriété Unive Premiers pas	Analytics 4 Propriété neu connecte s. Pour faire partie de l'avenir -dessous. En savoir plus sur GA4 nuera à collecter des données. er une propriété Google ropriété Google Analytics 4 à partir de resal Analytics.

L'assistant de configuration de la propriété GA4, qui indique que cette dernière n'est pas connectée.

Je constate que la propriété est non connectée. Il faut donc la créer en suivant la marche à suivre guidée.





Création et connexion de la propriété.

La propriété Google Analytics 4 est désormais créée et connectée. Je peux la retrouver dans mon compte Google Analytics et choisir entre la propriété UA de base et GA4.

й 🗘 🕂	🐔 🧹 Tous les compte	s
Comptes Analytics	Propriétés et applications	Vues
Sur les traces de >	elephantsdasie.ch UA-187470024-1	
	elephantsdasie.ch - GA4 🗸 🕺	

Les deux propriétés de mon site web connectées à Google Analytics.

# Création d'un compte GTM

Puis, je crée un compte Google Tag Manager et installe avec Google Site Kit dans mon tableau de bord. Dans un premier temps, je crée le compte en configurant le conteneur avec le lien de mon site.

Tag Manager	ł.	:: @ i 🤇
Espaco de travali Versian	is Admin	
	Ajouter un compte	
	Configuration du compte Nen de tante résphantadasie dh Pays Suisse •	
	Configuration du conteneur Nois de constant www.elephantidasie.ch	
	Web Web K context sur inst pages their mepting of pour continuous  No	
	Andread law applications Analogs     Andread law applications Analogs     Analogs	
	Server For server olds instrumentation and measurement	

Création du compte Google Tag Manager.

Puis, on me propose deux codes à copier et à coller dans le <head> et le <body> de chaque page de mon site web pour installer Google Tag Manager.

< 🔷 Tag Manager	Tous les comptes > elephantsdasie ch www.elephantsdasie.ch + Q Rechercher dans l'espa	ice de travall	<b>:: 0</b> : 🤹
Espace de travail Versions	Admin GTM-KFQ2XK4 Modif	espace de travail - 0	Prévisualiser Envoyer
ESPACE DE TRAVAIL ACTUEL Default Workspace	Installer Google Tag Manager Copiez le code ci-dessous et collez-le sur toutes les pages de votre site Web.	×	neur non publié
<ul> <li>Presentation</li> <li>Balices</li> <li>Decloncheurs</li> <li>Variables</li> </ul>	Collez ce code le plus haut possible dans la section <head> de la page : <!-- Georgie Tag Manager--> <eorgiet>[function[w,d,s,1,1](w[1]=w[1]][]]w[1].push(]'gtm.start'1 new Date[].getTime(], avent: 'gtm.ja'])/var frd.getElement&amp;SyTagName(s)[ j-d.createElement(s], dial=1='dataLager'?*la'='1''; ].ssyno-true;].src- 'https://www.googletEgmanager.com/gtm.js?id='iid]f.parentNode.insert ]](window.document, 'script','dataLager', 'GTM-REQ2XK4');c/acript&gt; <!-- End Google Tag Manager--></eorgiet></head>	(0), Before(),f);	tre cette version en Is devez ajouter des I publier vos
D Modèles	Vous devez également coller ce code immédiatement après la balise d'ouverture <b>-bod</b> Google Tag Manager (noscript) <noscript><iframe "b"="" arc="https://www.googletagmanager.com/ne.html?id=GTM&lt;br&gt;height=" atyle="display:none;visibility:hidden" width="0"></iframe>&lt; <!-- End Google Tag Manager (noscript)--> Pour plus d'informations sur Finstallation de l'extrait Google Tag Manager, veuillez cons démarrage rapide.</noscript>	y>:       4-KPQ2XK4*       c/nescript>       sulter notre guide de       OK	tions.

Codes HTML à coller dans le <head> et le <body>.

Dans un premier temps, je colle ces deux codes dans la section « Intégration » des Options du thème Divi. Pour la partie du <body>, je mets le code à la suite du code déjà inscrit pour intégrer mon logo (effectué dans le premier rapport).



Les deux codes collés dans le <head> et <body> de la section « Intégration ».

N'étant pas sûre de la bonne application du code et ayant discuté de cette partie avec un camarade, je décide d'installer une extension Wordpress : *Tag Manager – Header, Body and Footer*. Cette extension a pour objectif d'ajouter du code dans les trois balises mentionnées dans son nom. Elle est très simple à utiliser. J'insère donc les deux codes dans les parties <head> et <body>, et je suis maintenant certaine que ce code s'applique sur toutes les pages.

🐨 👩 Sur les traces de	Pöléphant d., ≢ Ó 👍 Créar Settings Purgar la cache WPForms 🛛 🐰 Bonjour, elephantudasie ch 🗌
🕋 Tableeu de bord	Tag Manager - Add Header, Body and Footer Codes
G Site Kit	Biolow you will be able to add header code, balow the body> code and footer code for tracking platforms like google analytics, facebook pixel and google tag manager.
Ø Jetpack	The data was inserted successfully
Articles	
93 Médias	
# Pages	Insert <head> tags Code - The code will be displayed between the opening <head> and the closing </head> tags</head>
🗭 Commentaires	<h- gogle="" manager="" tag=""></h->
📌 Projets	score (unacional scales) (the first of the scale scale scales) (statistical scales) (statisti
E Feedback	p=0.createstements()_d=u=creat
I Helpie FAQ	))/uindow,document,scriat',data,ayer',GTM-KFQ2XK4');             Cristic docupie Tay Markager ->         E
O Stories	
WPForms	
Apparence	
🖉 Extensions	+ Add Another Head Teg
🛓 Comptes	
🗲 Outils	
E Réglages	Insert tags after <body> opening tag - The code will be displayed below the spening «body» tag</body>
Q SEO	< Google Tag Menager (resortiot)>
C MC4WP	- ensergio-eitrane sec="https://www.googletagmanager.com/nk.html?ide/JTM-KF22XK4" hight="0" width="0" style="display-money-itality.html?id=/strans-v/nosergios"
11 Tag Manager	<i (nescript)="" end="" google="" manager="" tag=""></i>
😫 Vidéos	n
S WP-Optimize	Ro
O DM	
G Réduire le menu	
	+ Add Another After Body Tag

Les deux codes collés dans l'extension Tag Manager.

Dans un second temps, j'installe Google Tag Manager dans mon tableau de bord Wordpress via Google Site Kit.



Installation de Google Tag Manager dans mon tableau de bord via Google Site Kit.

# Balises UA et GA4 dans GTM

Ensuite, je migre ma balise Google Universal Analytics et crée une balise Google Analytics 4 dans Google Tag Manager.

Je commence par aller dans la section « Balises » et demande de créer une nouvelle balise.

÷ 🔇	> т.	× UA - Mon site - Toutes les pages 🗀	Enregistrer	:
Espace	e de tri			
ESPACE	DE TRA	Configuration de la balise		
Defaul	t Work			
-	Présen			
	Balises	Selectionnez un type de balise pour commencer la configuration		
	Déclen	En savoir plus		
-	Variabl			
	Dossie	Déclenchement		
DI	Modèle			
		Sélectionnez le déclencheur qui permettra d'activer cette balise,. En savoir plus		

Création d'une nouvelle balise.

Je clique sur « Configuration de la balise » et choisis le type de balise « Google Analytics : Universal Analytics ».

×	UA - Mon site - Toutes les pages 🗈	×	Sélectionnez un type de balise	Q
	Configuration de la balise	D	Découvrez d'autres types de balises dans la galerie de modèles de la communauté	>
		Séle	ction	
	( C	al	Google Analytics : Universal Analytics Google Marketing Platform	
	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	a	Google Analytics : Configuration GA4 Google Marketing Platform	
	Sélectionnez un type de balise por En savo	al.	Google Analytics : Événement GA4 Google Marketing Platform	
		٨	Suivi des conversions Google Ads Geogle Ads	
	Déclenchement	٨	Remarketing Google Ada Google Ada	
	6	0	Compteur Floodlight Geogle Marketing Platform	
		0	Ventes Floodlight Google Marketing Platform	
	Gelectionnez le déclencheur qui p En save	0	Conversion Linker Geogle	
		-7	Google Optimize Google Marketing Platform	

Configuration de la balise et choix du type de balise.

Pour la suite de la configuration de la balise, je dois trouver l'ID de suivi de la propriété UA. Je vais donc dans les Réglages et trouve l'ID de suivi dans la partie « Paramètres de la propriété ». Puis, je colle cet ID de suivi dans la configuration de la balise.

	Analytics	Tous les comptes > elephantadasis o All Web Site Data -	h	<b>A</b>	# Ø E 😩
٩	ADMI	NISTRATION UTILISATEUR			
* 17		Propriété + Créwr une grouprétét elephantsdasie.ch (UX-187420024-1)	Paramètres de la propriété	Déplacer la propriété	Diplacer vers la corbeille
• © • •	•	Assistant de configuration     GA4	Paramètres de base 10 de suivi UA-187470024-1		
• >=		Gestion des utilisateurs de la propriété	Nom de la propriété elephantsdasie.ch		
- 14		<> Informations de suivi	URL par défaut https:// - elephantsdasie.ch		
		Historique des modifications     au niveau de la propriété	Vue par défaut All Web Sille Data +		
°,		ASSOCIATION DE PRODUITS	Catégorie sectorielle Sélectiones un élément +		
Q		Association à Google Ads	Paramètres avancés     Autoriser la remalanement du manauras automatisus /us	alsurs GCLID) par la marquesta marque	Loninum LITM) nour
•		Association à AdSense     © 2021 Google   Acc	l'intégration de Google Ads et de Search Ads 380 (7)	antialité i Envoyer des commenta	ires

Localisation de l'ID de suivi de la propriété UA.

c	Configuration de la varia	le	
1	Type de sumble		
	Paramètres Googl	a Analytics	/
1	ID de suivi 🕥		
	UA-187470024-1	#2#	
1	Domaine de cookie 🕥		
	auto	100	

L'ID de suivi collé dans la configuration de la variable.

Puis, je précise certains autres paramètres : je nomme la variable « UA – Mon site – Toutes les pages » et indique que le type de suivi doit être une page vue.

Espace de tri		
ESPACE DE TRA	Configuration de la balise	
Default Work	Type de balise	
Présen	Google Analytics : Universal Analytics Google Marketing Platform	1
Balises	Type de suivi	
Déclen	Page vue 👻	
nn Variabi	Paramètres Google Analytics 💿	
Dossie	((Paramètres Google Analytics)) 👻 🛈	
D Modéle	Autoriser le remplacement des paramètres dans cette balise	
D Modeli	Autoriser le remplacement des paramètres dans cette balise      Paramètres avancés	

Autres paramètres précisés.

Après avoir configuré cette balise, je demande d'ajouter un déclencheur lié à la balise UA.



Demande d'ajout d'un déclencheur.

Je choisis le type de déclencheur « Page vue » et les conditions dans lesquelles le déclencheur est exécuté comme étant pour « Toutes les pages vues ».

Configuration du déclencheur	
Type de déclencheur	
O Page vue	/
Conditions dans lesquelles le déclencheur est exécuté :	
Toutes les pages vues	

Configuration du déclencheur.

La balise est ainsi configurée et possède un déclencheur. Le processus est similaire pour la création d'une balise GA4. Au final, je me retrouve bien avec deux balises qui ont un déclencheur d'activation.

🔷 Tag Manager	Tous les comptes > elephantsdasie.ch www.elephantsdasie.ch -	Q Rechercher dans	s l'espace de travail		0 : 🧕
Espace de travall Versions	Admin	GTM-KFQ2XK4	Modif. espace de travail : 4	Prévisualiser	Envoyer
ESPACE DE TRAVAIL ACTUEL	Balises			٩	Nouvelle
	□ Nom ↑	Туре	Déclencheurs d'activation	Demi	ère mise à jour
Présentation	BallseGA4	Google Analytics : Configuration GA4	O Page vue - GA4	il y a	2 minutes
Déclencheurs	UA - Mon site - Toutes les pages	Google Analytics : Universal Analytics	O Page vue - GUA	il y a	une minute
Variables					
Dossiers					
D Modèles					

Les deux balises (UA et GA4) et leurs déclencheurs d'activation.

Je vérifie enfin que les deux balises fonctionnent via les vues « temps réel » et leur bon déclenchement avec le plug-in Chrome.

D'abord, il faut quelques heures à Google Analytics pour prendre en compte la mise en place des deux balises (UA et GA4) et afficher les vues en temps réel. Cela indique donc qu'elles fonctionnent bien.

	Analytics	Tous les comptes > Sur les traces de l'éléph elephantsdasie.ch - GA4 -	Q Essayez la recherche	suivante : "comparer le nombre de	<b>:: 0</b> : <b>(2)</b>
Rapj	ports 💌	Aperçu en temps rée	el 🖸	為 Afficher l'instantané d'utilisa	ateur [] 🕼
â	Accueil	Tous les utilisateurs Ajout	ter une comparaison +		and the second
()	Temps réel			Transa Contractor	
CYC	LE DE VIE	30 DERNIÈRES MINUTES	COURS DES	Guàda Norvoya	an the state of the
• >•	Acquisition		•	ayume uni Pringra	
• 📎	Engagement	UTERATE ON TAX BUTCHE		Alternagine Daraina Kazakherna Frimme Batte	Mongolie
* (\$)	Monétisation		OUDE DEP	Espagne Turque Bub Angkowstan	Cheve Corea Japan du Gud
14	Fidélisation	30 DERNIÈRES MINUTES	di des	Algorie Linve Egypte Acable Publisher Inde	Thadande
UTIL	ISATEUR			Noger Boaten Tutsid Negera fitteope	
• ©	Données démographiques			ND Carrys Tanzaria	edonista Populatio Menville (
+ LD	Technologie			Angule Manhaarne	+
EVE	NEMENTS			Afrigoe	Australie
p	Conversions		( and the second s	Données cartograp	hiques @2021 Conditions d'utilisation
۲	Administration	Utilisateurs par Source de	l'utilisateur 🔻	Utilisateurs 🔻 par Audience	
		< #1 -		#1 -	

Temps réel de la balise GA4.

.1	Analytics All Web	ptes > elephantsdasie.ch Site Data →		🧟 :: @ : 🧯
Q	Rechercher dans les rapport	Vue d'ensemble		Créer un raccourci MTA
	Accueil		Pages vues	
		Temps réel	Par minute	Par seconde
ト 22	Personnalisation	0		
RAPI	PORTS	0	1.0	5.3
- 0	Temps réel	utilisateurs actifs sur le site	10	,
	Vue d'ensemble			
	Zones géographiques		0.5	0.5
	Sources de trafic		-20 min -21 min -10 min -11 mm -0 min	
	Contenu			
	Événements	Principaux sites référents :	Principales pages actives :	
		Source Utilisateurs actifs 4	Page active	Utilisateurs actifs 🛛 🗸
	Conversions	Aucune donnée disponible pour cette vue.	Aucune donnée :	disponible pour cette vue.
1 4	Audience			
• 5+	Acquisition	Principaux réseaux sociaux sources :	Principaux lieux :	
	Comportement	Source Utilisateurs actifs 🔱		
-		Aucune donnée disponible pour cette vue.		
\$	Attribution IETA	Mots clés les plus courants :		
	(	Mot Utilisateurs actifs		

Temps réel de la balise UA.

Enfin, j'utilise l'extension Chrome WASP.inspector pour vérifier le déclenchement des deux balises. Je constate que la balise UA a bien été déclenchée mais je ne trouve pas la balise GA4 dans la liste. J'ai beau chercher pourquoi, je n'arrive pas à remédier à ce problème.

Tags						Ξ
▼ google-a	nalytic	cs.com				
/collect UA-1269	7733-7	,				
♥ vkiswas	.112.2	o7.net				
/\$343150	055151	301				
▼ webanal	ticsso	lution	profil	er.co	m	
/favicon.	со					
WASP Opti	ons					
About WAS	Р					

L'extension WASP.inspector qui détecte la balise UA (mais pas la balise GA4).

## Microsoft Clarity et GTM

Je commence par créer un compte sur Microsoft Clarity et par ajouter un nouveau projet en connectant mon site web.

Microsoft   Clarity My Projects		0	2	E	Latine Holena Rov $\simeq$
÷	_				
ADD NEW PROJECT	New project X				
	Name				
	elephantsdasie.ch				
	Website				
	www.elephantsdasie.ch				
	Site category				
	Marketing				
	Create Cancel				

Microsoft   Clarity	Wy Projects 😒	0	?	B	${\rm Gaures Hölène Rev} \simeq$
elephantsdasie.ch	Dashboard Recordings Heatmaps Settings				
Overview	study are maximized over mean and brane in and one around a subject of Jone are or a	արի։			
👷 Team	Clarity tracking code				
() Setup	<pre><script type="text/jewascript"></script></pre>				

Création d'un nouveau projet connecté à mon site web.

Puis, j'installe l'outil en intégrant sa balise via Google Tag Manager. En créant mon nouveau projet sur Microsoft Clarity, un code de suivi Clarity m'est donné. Je dois le copier et le coller dans le <head> de mon application ou de mon site web.

	Copy the tracking code below and paste it into the <head> element of your site or app</head>
Clarit	y tracking code
<sc:< td=""><td>ript type="text/javascript"&gt;</td></sc:<>	ript type="text/javascript">
	(function(c,l,a,r,i,t,y){
	c[a]=c[a]  function(){(c[a].q=c[a].q  []).push(arguments)};
	<pre>t=1.createElement(r);t.async=1;t.src="https://www.clarity.ms/tag/"+i;</pre>
	<pre>y=1.getElementsByTagName(r)[0];y.parentNode.insertBefore(t,y);</pre>
	<pre>})(window, document, "clarity", "script", "5m8zxjyyek");</pre>
242	cript>

*Code de suivi à coller dans le <head> de mon application ou de mon site.* 

Je commence par créer une balise Clarity de type « HTML personnalisée » dans l'application Google Tag Manager.

	5e	
Type de balise		
HTML personnal Balise HTML personnal	s <b>ée</b> onnalisée	/
HTML ()		
<pre>{script type=text.   (function(c,l,</pre>	<pre>(javascipt&gt;&gt;     sci,ci,cy)     formation(){(c[a].q=c[a].q[[1]).push(arguments)};     formation(){(c[a].q=c[a].q[[1]).push(arguments)};     mentstyfughtsmc(r)(0);     parentMode.Insectbefore(e,y);     ment, "clarity," "scipt", "Smithyypus");</pre>	

Création d'une balise Clarity de type « HTML personnalisée ».

Je me retrouve ainsi avec trois balises dans Google Tag Manager : Clarity, GA4 et UA.

🔹 🔷 Tag Manager	Tous les compter > elephantsdasie.ch www.elephantsdasie.ch -	Q Rechercher dan	s l'espace de travail	:: @ : (
Espace de travail Versions	Admin	GTM-KFQ2XK4	Modif, espace de travail : 5	Prévisualiser Envoye
ESPACE DE TRAVAIL ACTUEL Default Workspace	Balises			Q Nouvelle
	□ Nom ↑	Тури	Déclencheurs d'activation	Dernière mise à jour
Présentation	Balise Clarity	HTML personnalisée	🗿 All Pages	il y a quelques
🗩 Balises				secondes
Déclencheurs	EalipeGA4	Google Analytics : Configuration GA4	Page vue - GA4	il y a 19 minutes
Wariables	UA - Mon site - Toutes las pages	Google Analytics : Universal Analytics	🗿 Page vue - GUA	il y a 18 minutes
Dossiers		Contractor Contractor		
D Modèles				

Trois balises dans GTM.

Je connecte le projet d'intégration Google Analytics à mon site web et à mon compte Google Analytics.



Connexion du projet à mon compte Google Analytics.

Pour m'assurer que le code Clarity a bien été pris en compte, je colle ce même code dans le <head> de mes pages via mon extension Tag Manager, précédemment utilisée pour Google Tag Manager.



Insertion du code Clarity dans l'extension Tag Manager.

Enfin, je publie mon container.

Space de travail Versio	www.elephantsda	asie.ch +					0	1
www.elep La ver Pacifiée le 28 f	hantsdasie.ch отмиял sion 2 est en lig w 2021 per laureh revigigmail.com	uzxxa gne		3 Balises	2 Déclencheurs	1 Variable		đ.
						Internation internet		
Versions								
Versions ID de version -	e Etat	Nom	Date de création	Date de publication	Publié par			
Versions ID de version + 2	<ul> <li>Exat</li> <li>Version active, Densière version</li> </ul>	Nom GA4, GUA, Clarity	Date de création 28/02/2021	Date de publication 28/02/2021	Publik par laureh rev@gmail	£9m.	1	

Publication de mon container.

Enfin, je vérifie que les données remontent correctement dans l'outil Microsoft Clarity. Je constate qu'elles sont effectivement bien remontées.

crosoft   Clarity My Projects 🔗		0	? 🖻 Laure-Hélène I
ntsdasie.ch Filters Last 3 days	Dashboard Recordings Heatmaps Settings		
Session	Pages per session	Scroll depth	-
Total sessions Distinct user	1	100%	6 sec active time
1 *	average	average	active 🔳 inactive
Dead clicks 🔘	Rage clicks 💿	Excessi	ve scrolling 🕢
0% of sessions have dead clicks	0% of sessions have rage clicks	0%	of sessions have excessive scrolling
Quick backs	Popular pages	Referre	rs
0% of sessions that have a quick back	URL parameters	gtm-msr.	appspot.com
	https://gtm-msr.appspot.com/render2	Show m	ore Show less
JavaScript errors	1 Q		
0% of sessions that have JavaScript errors	Show more Show less	Devices	5

Données remontées dans Microsoft Clarity.

# Google Data Studio

Je commence par créer un compte Google Data Studio, puis un nouveau rapport. J'y ajoute les données de deux sources : Google Analytics et Google Search Console.

Alontei nune badie 🛛 😜 🤤	8	🚰 Ajouter des données 👘	Alcutinum an	abare * 🔐 🗏 Alaa	kor une commande *   <	> □ - □ \- 안- Phus •
Ajouter des données a	au rapp	ort			Identifiants d'a	ccès aux données : 🗶 Laure-Hélène Rev 🔅
Google Analytics Par Google Le connecteur Google Analyti eu à la propriété Google Analyti EN SAVOIR PLUS SIGI	cs vous pe rtics 4 NALER UM	imet de créer une source de donn I PROBLÊME	tes qui accède à u	ne vue de rapports Universal Anu	elytics.	
ompte	Q	Propriété	0,	Vue	0,	
ur les traces de l'éléphant d'Asie		elephantsdasie ch	0.08	All Web Site Data	0.22	
		elephantadasie.ch - GA4 GARE265888816		235870848.		
Rapport sans nom Ficher Modification Vur Ajouter Line page 5 d	l e Insert	tion Page Organisation	Ressource Ai	de hohique = 👷 = 👳 Ajou	C & fr	Annuler Ajouter
Rapport sans nom Ficher Modification Vui Ajouter Line page 5 d	le Insert	tion Page Organisation Mage Auguster des données [	Ressource Ai-	de johiique = 8± = → Ajou	C & i	Annuler Ajouter
Rapport sans nom Fichier Modification Vur Ajouter Line page S C	e Insert	tion Page Organisation	Ressource Ai	de johingue = 8± = → Ajou	C & I	Annuler Ajouter
Rapport sans nom Ficher Modification Vue Alexiter une page S C Trev de page W C Ajouter des données a	e Insert	tion Page Organisation	Ressource Al-	de Iphique - 85 Aloc	C & Identifiants d'a	Annuler     Ajouter       Partager        •
Rapport sans nom Ficher Modification Vu Alcuter Line page  Alcuter Line page  Alcuter Line page  Alcuter des données a Google La consectair Google Analytics Per Google La consectair Google Analytic EN SAVOIR PLUS SIGE royle (fes traces de l'éléphant d'Asie	e Insert borrent atti bur rapport ta vous per	tion Page Organisation  Aquater des données  Aquater des données  and  Aquater des données  and  and  and  and  and  and  and  an	Ressource Ai	de iphique = 25 = Ajou 	ر کی العام الع Identifiants d'a alytica	Annuler Ajouter

Ajout des données des propriétés UA et GA4 de Google Analytics.

			line allowing				Graphique > Tableau
<del>(</del> 1	Titre de page Ajouter des donné	Nouveau ut	ort			Identifiants d'a	DONNÉES STYLE Incrès aux données : 🗶 Laure-Hélène Rev 🔾 🗙
	Le connecteur Google Se EN SAVOIR PLUS	earch Console o	ous aide à suivre et à analyser les perfe « PROBLÊME	irmances de v	otre site dans là récherche Google.		
	Le connecteur Google Sé EN SAVOIR PLUS	earch Console w SIGNALER UN	ous aide à soivre et à analyser les perfe I PROBLÊME Tablessox	ormändes de v	etre site dans la récherche Google. Paramètre de la propriété	Q	
tes //e	Le connecteur Google Se EN SAVOIR PLUS elephantsdasie.ch/	earch Console w SIGNALER UN	ous alde à servre et à analyser les perfo (PROBLÊME Tableaux Impression associée au site	ormances de v	Paramètre de la propriété web	Q	
tes tps://e	Le connecteur Google S4 EN SAVOIR PLUS elephantsdasie.ch/	earch Console w SIGNALER UN	ous ade à solero et à analyser les perfo (PROBLÊME Tableator Impression associée au site Impression associée à fURL	ormanices de v	Paramètre de la propriété web inage	Q	
tes tpa://e	Le connecteur Gasgle S4 EN SAVOIR PLUS elephantsdasie.ch/	earch Consola s SIGNALER UN	our ade à suivre et à anayser les perfo FROBLÊME Tableaux Impression associée au site Impression associée à fURL	ormances de v	Paramètre de la propriété web image video marxé	Q	
tes://e	Le connecteur Google Se EN SAVOIR PLUS elephantsdasie.ch/	earch Consolin si SIGNALER UN	ous ade à solvre et à undyser les perfo (PROBLÊME Tablesco: Impression associée au site Impression associée à fURL	Q	Paramètre de la proprieté web image video rnews	Q	

y alout	er une page   5	2 1	🗄 Ajouter des données 🛛 🖬 /	\jouter un gra	phique * 👸 * 🛛 🛨 Ayouter u	ne commande *	<> 回 - 四 / - Q」 - Plus -
							Graphique > Tableau
	Title de page	Nocrema util	saleurs.2				DONNEES STYLE
← A	jouter des donne	ées au rappo	ort			Identifiants d'	accès aux données : 🤹 Laure-Hélène Rev 🗎 🗙
	EN SAVOIR PLUS	SIGNALERUN	PROBLÊME	Q	Paramètro de la propriété	Q,	
ites		Q					

Ajout des données associées au site et à l'URL de Google Search Console.

Ensuite, je développe un rapport qui montre, avec une plage de dates paramétrables et mon identité (logo et couleurs) :

#### a. La provenance géographique de mes visiteurs (sous forme de carte)

Rapport elephantsdasie.ch         Fichier       Modification         Vue       Insertion       Page         Organisation       Ressource       Al         Page 1 sur 3 *       5       C       E Ajouter des données       E Ajouter un graphic	ide C 2+ P que * 8+ ▼ = Ajouter une commande * <3	artager · Or Pl	1 @ # 🙎 us*
Rapport elephantsdasie.ch	Éléphants d'Asie	Craphique	> Graphiqu
	1 déc. 2020 - 1 avr. 2021 🔹	Source de données           Image: All Web Site Data           COMBINER LES DONN②	Champs disposibles Q Salsissez un terme à IIIC Action dévénement
Provenance géographique de mes visiteurs (utilisa	tteurs par pays)	Dimension géographique           O         Pays           Afficher le d         Pays	Action sur un réseau Affiliation Affiliation Agglomération Année
	And I	Statistique aut Utilisateurs	HEC Année ISO HEC Annonce vidéo TrueVi. HEC Autre catégorie HEC Campagne
	CAP -	Métriques facultatives Curseurs pour les statistiques	HIC Campagne d'acquisiti. HIC Canal d'acquisition HIC Catégorie d'affinité (a HIC Catégorie d'appareil
		Zone de zoom Monde	AJOUTER UN CHAMP

Provenance géographique de mes visiteurs.

Pour ce faire, je clique sur « Ajouter un graphique », puis sur « Graphique géographique ». Je mets comme Dimension géographique « Pays » et comme statistique « Utilisateurs », puisque je cherche les utilisateurs par pays.

Je constate ainsi que la majorité de mes utilisateurs viennent de Suisse et de France selon la carte générée.

#### Rapport elephantsdasie.ch () Afficher 2+ Partager --C 0 Fichier Modification Vue Insertion Page Organisation Ressource Aide Page 2 sur 3 🔹 5 🗁 🖎 🖺 Ajouter des données 🔛 Ajouter un graphique = 🔠 - 🚍 Ajouter une commande = < > 🗔 = 🔟 🔪 = Plus = Graphique > Secteurs V Éléphants Rapport elephantsdasie.ch d'Asie DONNÉES STYLE Ans - Google Analytics et Google Search ( See ce de données Cha a dispo 1 déc. 2020 - 1 avr. 2021 🖌 Search Console ht. Q. Saisissez un terme à COMBINER LES DONN Country 🔁 Date Répartition du trafic par Device (clics URL par Catégorie de Device) Dimension Device Category RBC Device Category In: Google Property me Landing Page Device C Query 180 123 Impressions 123 Url Clicks AUT Url Clicks URL CTR Type de rechercl DESKTOP TABLET MOBILE 10 Curseurs pour le 20 Trier AUT Url Clicks AJOUTER UN CHAMP AJOUTER UN PARAM

#### b. La répartition de mon trafic par device (sous forme de camembert)

Répartition du trafic par Device.

Pour ce faire, je clique sur « Ajouter un graphique », puis sur « Secteur » (format camembert). Je mets comme Dimension « Device Category » et comme statistique « Url Clicks », puisque je cherche les clics URL par type de Device.

Je constate ainsi que 60% des clics URL se sont faits depuis un ordinateur et 20% des clics URL se sont fait depuis une tablette ainsi que depuis un mobile.

#### c. Les 15 recherches qui amènent le plus de visiteurs sur mon site (sous forme de liste classée)

3 sur 3 👻 ち 👌 陆 Ajouter des données 🖬 Ajouter un graphique *	84* = Ajouter une commande * <	> - A > - O - P	us 🎽
Panport elephantsdasie ch	Éléphants	:= Commande	> Liste à ta
Rapport elepitantsuasie.ch	d'Asie	DONNÉES STYL	E
-solutior des dannees : unoge en explose et congre descrit consider	déc, 2020 - 1 avr. 2021 🔹	Source de données  All Web Site Data  COMBINER LES DONN(2)	Champs disponibles Q. Saisissez un terme 
Les 15 recherches qui amènent le plus de visiteurs sur mon site (utilisateur	s par requête de recherche)	Champ de contrôle	Action sur un réseau
🖉 Require de recherche	Gtillssteure	REC Requête de recher	att: Áge
Requiste die recherche     Q. Saintrum terme in techercher	Utilizateurs	Bélestion par défaut Value1, value2, value3	<ul> <li>Áge</li> <li>Agglomération</li> <li>Année</li> </ul>
Requirie de recherche      Seinir un terme in socharcher      fort set)	CATISateurs 69	sec Requite de recher. Silector par édeat value1, value2, value3 Statistique Aut Utilisateurs	Age Agglomération Année Année ISO Annonce vidéo True Atre catégorie Campagne

15 recherches qui amènent le plus de visiteurs.

Pour ce faire, je clique sur « Insertion », puis sur « Liste à taille fixe ». Je mets comme Champ de contrôle « Requête de recherche » et comme statistique « Utilisateurs », puisque je cherche les utilisateurs par requête de recherche.

Le résultat n'est pas concluant, car aucune requête n'est affichée (alors que mon site a bien reçu la visite de 69 utilisateurs). La requête indique « not set ». Cela pourrait s'expliquer par le fait que, d'une part, Google Search Console n'ait reçu que trop peu de volumes de données pour compiler une liste complète des meilleures requêtes et que, d'autre part, aucun utilisateur ne soit tombé sur mon site par hasard via une requête avec des mots-clés sur leur navigateur, mais que tous ont suivi un lien direct et cliquable que j'ai partagé sur les réseaux sociaux (Instagram et WhatsApp).

Je sais qu'en inscrivant « éléphants d'Asie » sur la barre de recherche, le lien vers mon site n'apparait pas sur la première page (car mal mis en avant). Donc cela ne m'étonnerait pas que personne ne soit tombé par pur hasard sur mon site, sans avoir reçu un lien direct cliquable.

 $\rightarrow$  Le lien vers le rapport : <u>https://datastudio.google.com/reporting/79f390ac-d3d8-41bd-afa9-9293b10d9e90</u>.

# Google My Business

Je déclare mon site sur Google My Business comme s'il s'agissait d'une activité de service. J'effectue toute la marche à suivre guidée.

		0	C
international and the second s	Cocyie the tana tay Terd Latin & Fay See A data and See See A		
	Ajoutse votre établissement sur Google		
G <mark>oogle</mark> My Business		0	C
	Sumite Protoforusment elephantodasie.ch  In continuant, youus acceptez les Conditions d'utilisation en les Règles de confidentialiné survantes.  Stituent		
G <mark>oogle</mark> My Business		ø	(
Google My Business	Sélectionnez la catégorie qui décrit le mieux votre activité Cela sermet aux cliente qui etablissement comme la vôtre de vous trouver plus faciliement, En savoir plus	ø	(
≎ocgle My Business ←	Sélectionnez la catégorie qui décrit le micu votre activité      Cla permet aux clients qui recherchent un établissemet pus      Cla permet aux clients qui recherchent un établissemet pus      Comparisation      Compa	0	

Google My Business		0	C
	<ul> <li>Souhaitez-vous ajouter un lieu que vos clients peuvent visiter, comme un magasin ou un bureau ?</li> <li>Cette adresse s'affichera sur Google Maps et dans la rechercher Google longue des utilisateurs rechercheront votre (tablissement</li> <li>Out</li> <li>Non</li> </ul>		

Google My Business		0	C
	<ul> <li>Dans quelle région votre établissement est-il situé ?</li> <li>Reger</li> <li>Suisse</li> </ul>		
	d Uru@ati bar		



G <mark>oogle</mark> My Business		0
	<ul> <li>Finalisez et gérez cette fiche</li> <li>Vous pourrez gérer elephantsdasie.ch sur Google.</li> <li>Faire connaître votre établissement avec des photos et des posts</li> </ul>	
	<ul> <li>✓ Suivre les statistiques de votre établissement et ainsi mieux comprendre votre clientèle</li> <li>✓ Répondre aux avis laissés par les clients</li> </ul>	
	Terminer	

Marche à suivre pour la création d'une fiche Google My Business.

Par la suite, je renseigne mes informations de contact pour recevoir un code de validation par courrier. Je reçois ce code quelques jours plus tard et l'enregistre pour valider mon établissement. Je deviens donc la propriétaire de ma fiche et toutes mes modifications sur Google deviennent visibles.

# Concept de promotion : Campagne SEA

Par hypothèse, mon budget mensuel total ne doit pas dépasser 650 CHF et mes campagnes sont basées uniquement sur des annonces textuelles (Text Ads) diffusées sur le réseau de recherche (Search Network).

## Proposition de campagne

Voici une proposition de concept de promotion SEA pour mon site :

#### a. Une campagne SEA

Après avoir créé un compte Google Ads, je démarre la configuration d'une nouvelle campagne. Je commence par choisir de créer une campagne sans objectif spécifique et de type « Réseau de recherche » en inscrivant le lien de mon site web.



Réseau de recherche	Réseau Display	Shopping	Vidéo
Acc /KCE		Art 200	
Touchez les utilisateurs intéressés par vos produits ou services à l'aide	Diffusez différents types d'annonce	Faites la promotion de vos produits à	Touchez les internautes sur YouTube et sur le Web pour susciter leur
d'annonces textuelles.	sur le Web.	l'alde d'annonces Shopping.	intérêt.
Application	Intelligente	Locale	Discovery
Lo. 828	84	511 M20	
		<b>•</b>	E.
Assurez la promotion d'une	Atteignez vos objectifs commerciaux	Attirez les clients vers un	Diffuser des annonces dans YouTube Gmail Discover et plus
pplication sur les réseaux de Google	sur Google et sur le Web	établissement physique	encore

Création d'une campagne sans objectif spécifique et de type « Réseau de recherche ».

Puis, j'effectue une sélection de paramètres de campagne.

Sélection	nner les paramètres de camp	pagne ——— 🔕 Cr	éer des groupes d'annonces	
	Type : Réseau de Rechen	che		
	Nom de la campagne	Search-1		^
	Réseaux	800	Réseau de Recherche Vos annances peuvent être diffusées à côté des résultats de recherche Google et sur d'autres sites Google lorsque les internautes recherchent des termes en raport avec vor mats dés.	^
			Inclure les partenaires du Réseau de Recherche de Google  La plupart des annonceurs diffusent leurs annonces sur les sites partenaires La plupart des Archerche	
		-	Reseau Display Élargissez votre audience en diffusant vos annonces auprès des clients pertinents loraqu'ils parcourent des sites, repardent des vidéos ou utilisent des applications sur le Web	
			Inclure le Réseau Display de Google  C  Ke passez pas à côté de l'audience potentielle que représentent trois millions de sites Web et d'applications	

Décochage des deux types de réseaux.

🗙 🐴 Google Ads 🔰 Modifier I	a campagne	ovena tri restanti trica	111-363-6366 ureh ads02()gmail.com
Votre compte ne peut pas diffuser d'annonces - i	'our commencer à diffuser des annonces, vous devez saisir vos informations de facturation.	co	RIGGER LE PROBLÈME
🧭 Paramètres de la campagne 🛛 🛛 🌘	🧭 Groupes d'annances ——— 🥺 Annonces		
<ul> <li>Masquer les paramètres ava</li> </ul>	ncés		
Dates de début et de fin	Date de début @ 11 avr. 2021 +		*
	Dato de An	Si vous ne spécifiez pas de date de fin, vos annonces continueront	
	<ul> <li>30 juin 2021</li> </ul>	d'être diffusées	
Options d'URL	Aucune option définie		~
Paramètre des annonces dynamiques du Réseau de Recherche	Ciblage automatique sur le Réseau de Recherche et titres d'annonce personn	alisés en fonction de votre site '	~
Calendrier de diffusion	Toute la journée		~

Sélection d'une date de début (11.04.21) et de fin (30.06.21).

ctionner les paramètres d	e campagne 🛛 🕘 Créer des groupes d'annonces 💮 🚳 🛙	Créer des annonces
Budget et enchères Déterminez combien vou	s souhaitez dépenser et comment	
Budget.	Indiquez le montant moyen que vous souhaitez dépenser chaque jour 10,00 CHF	Les frais facturés pour le mois ne dépassionnt pas le montant de voire budget: quatidiem multiplié par le nombre moyen de jours par mois. Certains jours, vous pourse ceregistrer des dépenses inférieures à votre budget quatidien, et d'autres, dépenser jusqu'à deux feis plus. En savoir plus
Enchères	Que souhaitez-vous privilégier? ③ Clics ♥ Définir une limite d'enchère au coût par clic maximale Grâce à la stratégie d'enchères Maximiser les clics, cette companyon privilers à executive la voie rand combre de sine	^

Inscription d'un budget de 10 CHF / jour et d'enchères par des clics.

Les premiers paramètres sont donc initialisés.

#### b. 2 ad groups dans la campagne

Je crée deux groupes d'annonces liées à mon site web avec une liste de mots-clés différents. Pour le premier groupe d'annonces, je compte 11 mots-clés et des prévisions quotidiennes de 1 clic et de 4.21 CHF par jour, avec un CPC moyen de 2.83 CHF pour un budget quotidien de 10 CHF.

<ul> <li>Sélectionner les paramètre</li> <li>Révision</li> </ul>	s de campagne 🔗 Créer des groupes d'annonces 🚳 Créer des annon	ces
Nom du groupe d'annonces	Groupe d'annonces 1	Prévisions quotidiennes Les estimations dépendent de vos mot clés et de votre budget quotidien ③
Mots clés	Pour trouver des mots clés pertinents, décrivez les produits ou services dont vous faites la promotion dans ce groupe d'annonces https://elephantsdasie.ch	Groupe d'annonces 1     Clics/jour     Coût/jour     A,21 CHF
	Saisir des produits ou services	CPC moy. 2,83 CHF
	Les mots clés sont des mots ou des expressions qui permettent de faire correspondre vos annonces termes de recherche utilisés par les internautes	✓ Groupe d'annonces 2 ∧
	menace protection defense poids éléphant braconnage animaux sauvage	Clics/jour Coult/jour 2 5,79 CHF CPC moy. 2,65 CHF
	elephant asie elephant afrique conflit elephant en voie de disparition	Budget quotidien 10,00 CHF/jour 🥜

Groupe d'annonces 1, 11 mots-clés et prévisions quotidiennes.

Pour le deuxième groupe d'annonces, je compte 13 mots-clés et des prévisions quotidiennes de 2 clics et de 5.79 CHF par jour, avec un CPC moyen de 2.65 CHF pour un budget quotidien de 10 CHF.

Sélectionner les paramètre Révision	s de campagne — 🧭 Créer des groupes d'annonces — 🚳 Créer des annor	nces
Nom du groupe d'annonces	Groupe d'annonces 2	Prévisions quotidiennes Les estimations dépendent de vos mo clès et de votre budget quotidien ③
Mots clés	Pour trouver des mots clés pertinents, décrivez les produits ou services dont vous faites la promotion dans ce groupe d'annonces  CD https://elephantsdasie.ch  Salsir des produits ou services	Groupe d'annonces 1     Clics/jour Coût/jour     4,21 CHF     CPC moy.     2,83 CHF
	Les mots clés sont des mots ou des expressions qui permettent de faire correspondre vos annonces termes de recherche utilisés par les internautes elephant menace tourisme protection dispartion des	Groupe d'annonces 2     Clies/jour Coût/jour     S,79 CHF     CPC moy.     2,65 CHF
	sauvage menoire elephant elephant asie conflit elephant afrique asie homme éléphant vorages bénévules	Budget quotidien 10.00 CHF/jour 💉

Groupe d'annonces 2, 13 mots-clés et prévisions quotidiennes.

Les deux groupes d'annonces sont désormais créés.

#### c. 2 annonces par ad group

À présent, je crée deux annonces par groupe d'annonces. Je reprends les mots-clés précédemment créés pour les reprendre le plus possible dans les titres des annonces. Je rédige également deux descriptions différentes.

Rt finale		upes d'annonces	Incomplet		
ttps://elephantsdasie.ch	0	Efficacité de l'annonce	D Laisser un commentaire		
apon expressioneren			Essayez d'inclure d'autres mots clés dans vos description	าร	
RL à afficher ⑦ www.eleohantsdasie.ch / home /					
4/15	0/15		<ul> <li>Insérez des mots clés populaires dans vos titres</li> </ul>		
ītres 🗇		Movenne	Afficher les idées		
Pour des performances publicitaires optimales, incluez ces	mots clés dans vos	moyenne	Personnalisez davantage vos descriptions Afficher I	les idées	
defense Ø protection Ø menáce Ø conflit Ø a	nimaux sauvage				
eléphant 🕲 poids 🕲 elephant afrique 🔘 elephant i	asie	Previsualiser	< > 11		
braconnage elephant en voie de disparition		_			
	Plus d'idées 💙	(	0		
éléchant d'Asia at d'Afrique		Ann	once - www.elephantsdasie.ch/home 0		
éléohant : menaces, conflits	30/30	Le	poids d'un éléphant   La disparition de		
	30/30	Tei	ephant   Proteger relephant d'Asie		
raconner pour des défenses		Par	tez sur les traces de l'éléphant d'Asie et découvrez tous secrets. Domestication, tourisme, caractéristiques		
rotéger féléphant d'Asie	27/38	phy	siques : découvrez tout de l'éléphant d'Asie.		
Google Ads 🛛 Nouvelle campa	gne		ortisist Researchers Researchers	-363-6566 gmail.com	1
Sélectionner les paramètres de campagne	gne — 🧭 Créer des gro	upes d'annonces	OTLAST OTLAST O MANAGENTINS O Créer des annonces Incomplet Mevision	-363-6566 gmail.com	C
Sélectionner les paramétres de campagne	gne Créer des gro 30/30	uupes d'annonces	111: OUTLAST NAMETRES O A laureh add02@e laureh add02@e Laureh add02@e Add00 Révision	-363-6566 gmail.com	C
Google Ads Nouvelle campai     Sélectionner les paramètres de campagne      ééphant : menaces, conflits raconner pour des défenses	gne Créer des gro 30/30 30/30	uupes d'annonces	Créer des annonces 4 lauren add22ac Incomplet 4 Révision	-363-6566 gmail.com	C
Google Ads Nouvelle campai     Sélectionner les paramètres de campagne     ééphant : menaces, conflits     raconner pour des défenses     préner l'élénhant d'Asie	gne Créer des gro 30/30 38/30 27/30	upes d'annonces	Créer des annonces     Créer des annonces     Incomplet	-363-6566 gmail.com	
Google Ads Nouvelle campa     Sélectionner les paramètres de campagne     éréphant : menaces, conflits raconner pour des défenses rotéger l'éléphant d'Asie	gne Créer des gro 30/30 30/30 27/30 26/30	oupes d'annonces	Officient       Image: Constraint of the second secon	-363-6566 gmail.com es	C
Google Ads Nouvelle campa     Sélectionner les paramètres de campagne     ééphant : menaces, conflits raconner pour des défenses rotéger l'éléphant d'Asie a disparition de l'éléphant	gne Créer des gro 30/30 30/30 27/30 26/30	nupes d'annonces	Experience (Construction)     E	-363-6566 gmail.com	C
Google Ads Nouvelle campa Sélectionner les paramètres de campagne éléphant : menaces, conflits raconner pour des défenses rotéger l'éléphant d'Asie a disparition de l'éléphant	gne Créer des gro 30/30 30/30 27/30 26/30 28/30	upes d'annonces O Moyenne Prévisualiser	Créer des annonces     Orier des annonce	-363-5566 gmail.com ries ries idées	
Google Ads Nouvelle campa Sélectionner les paramètres de campagne éléphant : menaces, conflits raconner pour des défenses rotéger l'éléphant d'Asie a disparition de l'éléphant Béphant, cet animal sauvage	gne Créer des gro 30/30 27/30 26/30 28/30 30/30	upes d'annonces O Moyenne Prévisualiser	Créer des anonces	-363-6566 gmail.com res r les Idées	
Google Ads Nouvelle campa Sélectionner les paramètres de campagne éléphant : menaces, conflits raconner pour des défenses rotéger l'éléphant d'Asie a disparition de l'éléphant Béphant, cet animal sauvage ephant Asie	gne Créer des gro 30/30 27/30 26/30 28/30 28/30 30/30	upes d'annonces Moyenne Prévisualiser	Créer des annonces     Créer des annonce	363-6566 gmail.com ies r les idées	
Google Ads Nouvelle campa     Sélectionner les paramètres de campagne      éléphant : menaces, conflits raconner pour des défenses rotéger l'éléphant d'Asie a disparition de l'éléphant      Béphant, cet animal sauvage ephant Asie a poids d'un éléphant	gne Créer des gro 30/30 27/30 28/30 28/30 30/30 12/30	oupes d'annonces Moyenne Prévisualiser	Créer des annonces     Créer des annonce	363-6566 gmail.com les les idées	
Google Ads Nouvelle campa     Sélectionner les paramètres de campagne     éléphant : menaces, conflits     raconner pour des défenses     rotéger l'éléphant d'Asie     a disparition de l'éléphant     éléphant, cet animal sauvage     ephant Asie     a poids d'un éléphant	gne Créer des gro 30/30 27/30 26/30 28/30 30/30 12/30	pupes d'annonces Moyenne Prévisualiser		-303 6566 gmail.com	
Google Ads Nouvelle campa     Sélectionner les paramètres de campagne      éléphant : menaces, conflits raconner pour des défenses rotéger l'éléphant d'Asie a disparition de l'éléphant      éléphant, cet animal sauvage ephant Asie s poids d'un éléphant curveau litre	gne Créer des gro 30/30 27/30 26/30 28/30 30/30 13/30 22/30 0/30	nupes d'annonces Moyenne Prévisualiser	Créer des annonces Créer des an	-363-6566 gmail.com es : les Idées	
Google Ads Nouvelle campa     Sélectionner les paramètres de campagne      éléphant : menaces, conflits raconner pour des défenses rotéger l'éléphant d'Asie a dispartition de l'éléphant      éléphant, cet animal sauvage lephant Asie s poids d'un éléphant covveau fitre  JOUTER LE LIBELLÉ "TITRE"	gne Créer des gro 30/30 27/30 28/30 28/30 30/30 13/30 13/30 13/30 13/30 13/30	vupes d'annonces Moyenne Prévisualiser	Créer des annonces     Créer des annonce	-363-6566 gmail.com ee !les idées	
Google Ads Nouvelle campa     Sélectionner les paramètres de campagne     ééphant : menaces, conflits     raconner pour des défenses     rotéger l'éléphant d'Asie     a disparition de l'éléphant     ééphant, cet animal sauvage     lephant Asie     poids d'un éléphant     cuveau filte     JOUTER LE LIBELLÉ "TITRE"     escriptions ③ Afficher les idées	gne Créer des gro 30/30 27/30 26/30 28/30 30/30 12/30 22/30 0/30	Prévisualiser	Créer des annonces     Moromplet     Créer des annonces     Moromplet     Créer des annonces     Moromplet     Ajoutez d'autres titres Afficher les idées     Insterz des mots clés populaires dans vos titres     Afficher les idées     Personnalisez davantage vos titres Afficher les idé     Personnalisez davantage vos descriptions Afficher     Aincher les idées     Personnalisez davantage vos descriptions     Afficher les idées	-363-6566 gmail.com	

Groupe d'annonces 1, annonce 1.

× Google Ads 🛛 Nouvelle campagne		OUTLS ET 3 A	laureh a	11 sds02@	1-363-65 Igmail cc	66 3m	L
🧭 Sélectionner les paramètres de campagne — — 🧭 Créer des gr	oupes d'annonces	Créer des annonces	Révisi	ion			
URL finale https://elephantsdasie.ch  URL à afficher ③  www.elephantsdasie.ch / home /  4/15  0/15  Titres ③  Pour des performances publicitaires optimales, incluez ces mots clés dans vos  titres	Efficacité de l'annonce	<ul> <li>Laisser un commentaire</li> <li>Ajoutez d'autres titres pour augmenter d'améliorer vos performances</li> <li>Ajoutez d'autres titres Afficher lei</li> <li>Insérez des mots clés populaires d' Afficher les idées</li> <li>Personnalisez davantage vos titret</li> <li>Personnalisez davantage vos desc</li> </ul>	vos chance sidées Jans vos titu s Afficher criptions A	es res les idé Afficher	< es les idér	>	~
elephant	Prévisualiser		< >	• •	I)		
homme éléphant  elephant afrique asie  memoire elephant Plus d'idées >		0					
Eléphant domestique et sauvage 30/30 Disparition de l'éléphant	Anno Dis éléi	nce · www.elephantsdasie.ch/home parition de l'éléphant   Conflit hom	ime-	2			
Eléphant d'Afrique ou d'Asie ? Une mémoire d'éléphant 30/30	Sur I maje soci	les traces de l'éléphant d'Asie   Découvrez to estueux des animaux. Caractéristiques phys ale, conflits et menaces : tout savoir sur l'élé	out du plus ilques, vie éphant.				

< ٨ Google Ads 🛛 Nouvelle campagne			laureh.adal	111-363-6566 02@gmail.com
🖉 Sélectionner les paramètres de campagne ———— 🧭 Créer des	groupes d'annonces	Créer des annonces	— ④ Révision	
30/30 Une mémoire d'éléphant	1	d'améliorer vos performances		< >
La relation homme-éléphant 22/30		<ul> <li>Ajoutez d'autres titres Affi</li> <li>Insérez des mots clés popu</li> <li>Afficher los idéos</li> </ul>	cher les idées Ilaires dans vos titres	
Le tourisme et l'éléphant 26/30	Bonne	Personnalisez davantage vo	os titres Afficher les	idées
Eléphant: menace et protection 25/30		Personnalisez davantage vo	os descriptions Affic	her les idees
Eléphant Asie	Prévisualiser		< >	II 🛛 🗆
Conflit homme-éléphant	_	~		
Eléphant : Voyages bénévoles 22/30	( =	0		
Nouveau titre 28/30	4	Annonce · www.elephantsdasie.ch/home	0 (Eléphont)	
AJOUTER LE LIBELLÉ "TITRE"	, i i i i i i i i i i i i i i i i i i i	l'oyages bénévoles	Elephant;	
Descriptions	S r s	Sur les traces de l'éléphant d'Asie   Décou najestueux des animaux. Caractéristique sociale, conflits et menaces : tout savoir s	vrez tout du plus Is physiques, vie sur l'éléphant.	
Sur les traces de l'éléphant d'Asie   Découvrez tout du plus majestueux des ani				41.
84/90 Caractéristiques physiques, vie sociale, conflits et menaces : tout savoir sur l'é	Cet aperçu prés combinaisons r Par conséquent	sente des annonces potentielles assemblées à l le sont pas affichées. Les éléments peuvent s'a l, assurez-vous qu'ils sont pertinents individuelle	aide de vos éléments. I fficher dans n'importe q amint ou une fois comh	foutes les juel ordre ainés, et

Groupe d'annonces 2, annonce 1.

Je reprends relativement les mêmes éléments pour créer une deuxième annonce pour les deux groupes. Voici donc le résultat final : deux groupes d'annonces avec deux annonces responsives sur le Réseau de recherche.

< 🐴 Google Ads 🕴 Nouvel	le campagne	NUTLE ET O	111-363-6566 laureh ads02@gmail.com
Sélectionner les paramètres de campaç	ne ———— 🧭 Créer des groupes d'annonces	Créer des annonces	- 4 Révision
evenir aux annonces textuelles			
Groupe d'annonces : Groupe d'annonces 1	Mots clés : menace, protection, defense, poids, éléphant	braconnage, animaux sauvage +4 autres 💙 Plus	
Annonces responsives sur le Réseau de Rech	erche		
NOUVELLE ANNONCE	Annonce - www.elephantsdasie.ch/home L'éléphant d'Asie et d'Afrique I L'éléphant : menaces, Partez sur les traces de l'éléphant d'Asie et découvr Dormestication, tourisme, caractéristiques physique.	Annonce - www.elephantsdasie.ch/presentation Eléphant sauvage et domestiqué l Protection de Tél Sur les traces de l'éléphant d'Asie : tout savoir sur c SOS éléphants en voie d'extinction : ses conflits, se	
	T /	1/	
Groupe d'annonces : Groupe d'annonces 2	Mots clés : elephant, menace, tourisme, protection, disp	arition, domestique, sauvage +6 autres 🗸 Plus	
Annonces responsives sur le Réseau de Rech	erche		
	Annonce - www.elephantsdasie.ch/home Eléphant domestique et sauvage   Disparition de l'él Sur les traces de l'éléphant d'Asie   Découvrez tout Caractéristiques physiques, vie sociale, conflits et	Annonce - www.elephantsdasie.ch/presentation Léléphant d'Asie: ses menaces   Eléphant domestig Braconnage, menaces, conflits : découvrez pourqu Sur les traces de l'éléphant d'Asie   Découvrez tout	
	≣ /	i /	

Deux groupes d'annonces et deux annonces responsive par groupe.

# Résultats à atteindre

Les résultats que je devrais atteindre en termes de visibilité et de trafic sur mon site, selon les éléments estimés par Google, seraient de 4 clics par jour pour un coût quotidien de 10 CHF, sans date de fin inscrite.

< 🕂 Google Ads	Nouvelle cam	pagne	DUTILS ET ?	111-363-6566 laureh.ads02@gmail.com
Sélectionner les paramètres	de campagne —	Créer des groupes d'annonces	Créer des annonces ———	( Révision
Clics Coût 4 10,C Estimation quotidienne Estim	00 CHF nation quotidienne			
11 avr. 2021 - Pas de date de       Image: Switzerland       Image: Strançais	a fin	Budget de la campagne 10,00 CHF/jour Objectif de la campagne Aucun objectif sélectionné	Stratégie d'enchères Maximiser les clics	
Annonce - www.elephantsdasie.ch Löléphant d'Asie et d'Afrique   Lölép Partez sur les traces de l'éléphant Domestication, tourisme, caractéri	/home Groupe d' hant d'Asie Mots stiqu clés :	annonces : Groupe d'annonces 1 menace, protection, defense, poids, éléphant, braconne voie de disparition	age, animaux sauvage, elephant asie, elephant afriq	ue, conflit, elephant en
Annonce - www.elephantsdasie.ch Eléphant domestique et sauvage I Sur les traces de l'éléphant d'Asie I Caractéristiques physiques, vie sou	/home Groupe d' Dispa Dèco ciale, clés :	annonces : Groupe d'annonces 2. elephant, menace, tourisme, protection, disparition, dom afrique asie, homme éléphant, voyages bénévoles	estique, sauvage, memoire elephant, elephant asie	, conflit, elephant

Estimation de clics et de coût quotidiennement.

## Deux questions supplémentaires

# 1. Un de mes contacts affirme qu'il vaut la peine de relier Google Ads et Google Analytics. Expliquer pourquoi.

Les deux utilisés indépendamment ne fournissent pas une vision globale, notamment de l'impact de la publicité Google sur les statistiques Google Analytics (taux de clics, nombre de visiteurs, etc.). Google Ads aide les utilisateurs à trouver mon site web et fournit un rapport détaillé sur la performance de ma publicité. Je peux voir quels mots-clés les utilisateurs inscrivent dans leur barre de recherche pour trouver ma publicité et cliquer sur mon site. Cela ne montre pas ce que les utilisateurs font sur mon site (durée de la session, taux de rebond, navigation entre les pages, etc.) après qu'ils aient vu, puis cliqué sur ma publicité. C'est le rôle de Google Analytics.

Connecter les deux permet donc de combiner les informations et d'établir des liens, notamment pour voir le comportement de l'utilisateur depuis le clic sur la publicité jusqu'à la conversion dans mon site. Des données additionnelles apparaissent également pour optimiser mes campagnes de publicité et donner des recommandations pour améliorer la performance de mon business.

# 2. Un autre contact me demande en quoi consiste l'insertion de mots-clés (keyword insertion). Lui expliquer en montrant un exemple concret basé sur mon projet.

Lors de la création d'une campagne Google Ads, il faut inscrire plusieurs mots-clés qui seraient susceptibles d'être employés par des utilisateurs lors de leurs recherches. En utilisant ces mots-clés, ils voient donc ma publicité apparaitre, car leurs mots-clés correspondent aux miens.

Par exemple, dans mon cas, j'ai inscrit « éléphant asie », « elephant asie » et « elephant asie afrique ». Ainsi, lorsque les utilisateurs effectueront une recherche avec l'un de ces mots-clés, ma publicité leur sera proposée.

# Concept de promotion : Campagne Display

Par hypothèse, je possède 20'000 CHF pour réaliser une campagne Display pour promouvoir mon site en Suisse romande.

# Concept de campagne Display

Voici une idée de concept de campagne Display, dont l'objectif principal est de capturer l'attention des internautes lors de leur navigation sur Internet :

## 1. Message à transmettre

Ma campagne Display se présenterait sous forme d'un message plutôt que d'une offre. Il s'agirait d'une campagne de sensibilisation sur le danger d'extinction de l'éléphant d'Asie à l'occasion de la journée mondiale de l'éléphant, le 12 août. Ainsi, le message à transmettre serait de type informatif et aborderait les trois types de menaces auxquelles l'éléphant d'Asie fait face (et ce depuis des années) : le braconnage, la déforestation et le conflit avec les habitants. L'idée serait d'exposer et de rendre compte de ces problèmes, sous forme d'une affirmation accompagnée d'une image, et que ceux intéressés par le sujet puissent s'informer davantage sur mon site.

#### 2. Cibles

Les cibles de ma campagne publicitaire, donc les utilisateurs que j'estime seraient intéressés par mes annonces publicitaires mais qui ne sont pas en train de rechercher activement ce que je propose, seraient des jeunes et des adultes sensibles à la nature et à la cause animale, et plus spécifiquement aux éléphants, animaux que nous n'avons pas l'occasion de croiser fréquemment en Europe. Cela semble évident, mais ces personnes doivent avoir pour habitude de se connecter et de s'informer assez régulièrement sur des sites et applications d'actualités, telles que 20 Minutes, 24 Heures ou Watson, afin qu'ils puissent trouver ma campagne entre deux articles.

## 3. Supports publicitaires

Les supports publicitaires de ma campagne envisagés seraient des supports Internet (sites web) et des applications mobiles de journaux (20 Minutes, 24 Heures ou Watson, par exemple).

## 4. Plan média Display basé sur des sites suisses

Pour constituer ce plan média, je me base sur les données fournies sur deux sites : Goldbach et Watson. Le premier regroupe les journaux 20 Minutes, 24 Heures et la Tribune de Genève, le second rajoute le journal Waston. La raison de ces choix est la suivante : le 20 Minutes est un journal qu'une majorité de romands – jeunes et adultes – lit afin de rester à jour sur l'actualité (bien qu'il n'y ait pas d'analyses profondes et sérieuses) ; ma publicité risque donc d'être remarquée et d'attirer le plus de monde. Le 24 Heures est un journal romand moins consulté et de moins grande notoriété, mais plus sérieux et professionnel ; sa cible semble être des personnes de plus de 35 ans. Je choisis également la Tribune de Genève, car il s'agit d'un quotidien populaire à Genève qui, j'estime, toucherait les personnes à partir de 20 ans ; ce choix est un peu plus personnel, car je consomme moi-même régulièrement le contenu de ce journal. Pour finir, je choisis également le nouveau média Watson, qui veut toucher principalement les jeunes et proposer un contenu orienté et engagé. Avec ces quatre journaux, que l'on peut lire sur leur site web ou sur leur application mobile et tablette, je m'assure de toucher un public de toutes les tranches d'âge.

D Minutes	Format Rectangle (600x500px)	Ordinateur	2 semaines (29 juillet - 12 août 2021)	Budget 20000	Nb d'impr. 50000	CPM ROS	0 Iotal*
	Rectangle (600x500px)	Mobile	2 semaines (29 juillet - 12 août 2021)	20000	50000	ш	0
	Wideboard (1988x500px)	Tablette	2 semaines (29 juillet - 12 août 2021)	20000	50000	в	0
4 Heures	Rectangle (600x500px)	Ordinateur	2 semaines (29 juillet - 12 août 2021)	20000	50000	а	0
	Rectangle (600x500px)	Mobile	2 semaines (29 juillet - 12 août 2021)	20000	25000	л	0
	Wideboard (1988x500px)	Tablette	2 semaines (29 juillet - 12 août 2021)	20000	25000	4	0
/atson	Wideboard (994x250px)	Ordinateur/Tablette	2 semaines (29 juillet - 12 août 2021)	20000	25000	ш	2
	Rectangle (600x500px)	Mobile	2 semaines (29 juillet - 12 août 2021)	20000	50000	w	2
ribune de Genève	Rectangle (600x500px)	Ordinateur	2 semaines (29 juillet - 12 août 2021)	20000	50000	ъ	0
	Rectangle (600x500px)	Mobile	2 semaines (29 juillet - 12 août 2021)	20000	50000	ы	0
	Wideboard (1988x500px)	Tablette	2 semaines (29 juillet - 12 août 2021)	20000	50000	4	0
							*(CPM
			TOTAL**	20000	475000	35	4
			<b>**</b> Hors taxes et coûts de production				

Dans ce tableau, je décide en premier lieu des noms des journaux, du budget à ma disposition (20'000 CHF) et de la durée de ma publicité : deux semaines, du 29 juillet au 12 août 2021, afin que la campagne se termine le jour-même de la journée mondiale de l'éléphant.

Ensuite, j'analyse les différents formats proposés. Je détermine que le format Rectangle convient largement pour le terminal ordinateur (la publicité apparait sur la gauche et/ou au milieu, entre deux articles) et mobile (la publicité apparait entre deux articles) ; pour la tablette, c'est le format Wideboard qui semble le plus intéressant (la publicité apparait sous forme de bannière en haut de la page d'accueil).

OLDBAC	YOUR MESSAGE IS OUR PASSION				
R	ectangle				
Spécifications	Données techniques	Livraison			
Média: inApp, Mot Formats: HTML5, 3	oile Web Ird Party Tag, Tag in Tag				South of the second sec
Taille: 300x250px (Derrière il devrait	y avoir des graphiques de	eux fois plus grands (600	x500px], de sorte que la pui	blicité soit affichée de façon	
nette sur les écran	s rétiniens).				
Poids: max. 100KE	1				
Formats: JPG, GIF,	PNG				Cipitan
Taille: 600x500px					
Gewicht: max. 10	OKB				ALLE ARTIREL
Disponible sur:					antenne, plan.
Tamedia Network,	20 Minuten, Newsnet, Na	tionale Medien, Tutti, Ri	ardo		
					ACRANDID L'IMAGE

Format rectangle sur mobile.

GOLDBACH YOUR MESSAGE IS OUR PASSION	
Rectangle	
Spécifications -	
<b>Formats:</b> HTML5, 3rd Party Tag, Tag in Tag <b>Taille</b> : 300x250px [Derrière il devrait y avoir des graphiques deux fois plus grands (600x500px), de sorte que la publicité soit affichée de façon nette sur les écrans rétiniens). <b>Poids</b> : max. 150 KB	
Formats: JPEG, PNG, GIF Taille: 600x500px Poids: max. max. 150KB	AGRANDIR L'IMAGE
<b>Disponible sur:</b> Goldbach Network, 20 Minuten Group, Newsnet, Nationale Medien	

Format rectangle sur ordinateur.



Je note le CPM (coût pour mille) inscrit pour chaque format et calcule le total obtenu avec : (CPM / 1000) \* Nb d'impressions. Je détermine ce nombre d'impressions à 50'000 partout sauf pour le 24 Heures où je le détermine à 25'000.

Au total, j'obtiens un coût de 16'600 CHF, hors taxes et coûts de production. Ce coût respecte bien mon budget initial de campagne Display de 20'000 CHF.

#### 5. Deux bandeaux publicitaires

Je crée deux bandeaux publicitaires sur Canva en reprenant les deux formats les plus mentionnés dans mon plan média Display : le format Rectangle (600 x 500px) et le format Wideboard (1988 x 500px). Ces deux bandeaux seront dynamiques, car on peut imaginer que le texte apparaitra avec l'aide d'une animation sur l'image de fond.



Premier bandeau publicitaire : format Rectangle (600 x 500px).



Second bandeau publicitaire : format Wideboard (1988 x 500 px).

J'estime que cette gamme de couleur utilisée dans mes deux bandeaux attirerait l'œil des visiteurs des sites concernés par ma publicité Display, car peu de publicités mettent en valeur la nature, avec un paysage vert et des couleurs lumineuses.

#### 6. Page d'atterrissage

Je crée une page d'atterrissage sur mon site WordPress, sur laquelle les deux bandeaux de la campagne Display mènent lorsqu'un utilisateur clique dessus. Cette dernière n'apparait pas dans mon menu principal, car il s'agit d'une page « éphémère », créée uniquement pour la campagne. De plus, j'indique que je ne veux pas que ma page soit indexée, archivée et avec le lien suivi, pour que Robots.txt et Sitemap.xml n'indexent pas cette page sur Google.

Pour ce qui est du contenu de cette page, je reprends principalement les informations écrites dans les parties « Menaces actuelles » et « Conflit avec l'Homme » et les simplifie au maximum pour ne pas donner l'impression aux visiteurs de lire une dissertation.

 $\rightarrow$  Voici le lien de la page en question : <u>https://elephantsdasie.ch/12-aout-journee-mondiale-de-lelephant/</u>.

## 7. CURLs

Je me rends sur le site suivant, sur lequel je peux paramétrer des CURLs pour suivre les statistiques de ma page d'atterrissage avec Google Analytics : <u>https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/</u>.

Je différencie chaque CURL avec le terme de campagne, qui change selon le nom du journal concerné. Autrement, je reprends le lien de ma page d'atterrissage, indique « newspaper » comme source de campagne, « banner » comme médium de campagne, « sensibilisation\_elephant » comme nom de campagne et « banner\_rectangle\_wideboard » comme contenu de la campagne.

Voici les différentes CURLs obtenues :

- 1<sup>ère</sup> CURL (20 Minutes) : https://elephantsdasie.ch/12-aout-journee-mondiale-delelephant/?utm\_source=newspaper&utm\_medium=banner&utm\_campaign=sensibilisation\_elephant &utm\_term=20min&utm\_content=banner\_rectangle\_wideboard
- 2<sup>e</sup> CURL (24 Heures) : https://elephantsdasie.ch/12-aout-journee-mondiale-delelephant/?utm\_source=newspaper&utm\_medium=banner&utm\_campaign=sensibilisation\_elephant &utm\_term=24h&utm\_content=banner\_rectangle\_wideboard

- 3e CURL (Tribune de Genève) : https://elephantsdasie.ch/12-aout-journee-mondiale-delelephant/?utm\_source=newspaper&utm\_medium=banner&utm\_campaign=sensibilisation\_elephant &utm\_term=tdg&utm\_content=banner\_rectangle\_wideboard
- 4e CURL (Watson) : https://elephantsdasie.ch/12-aout-journee-mondiale-delelephant/?utm\_source=newspaper&utm\_medium=banner&utm\_campaign=sensibilisation\_elephant &utm\_term=watson&utm\_content=banner\_rectangle\_wideboard

# Objectifs chiffrés

Après avoir déterminé le concept de ma campagne Display, voici les objectifs chiffrés de cette dernière, qui s'étendra donc sur deux semaines, du 29 juillet au 12 août 2021. Les informations suivantes vont grandement influencer l'estimation de mes chiffres :

- Lectorat romand 20 Minutes : 800'000
- Lectorat 24 Heures : 286'000
- Lectorat Tribune de Genève : 246'000<sup>1</sup>
- Lectorat *estimé* Watson : 15'000 (le lancement en Suisse romande est trop récent pour avoir un chiffre concret).

En effet, en partant de cette constatation, je décide que mes objectifs seraient que ma publicité :

- Attire l'attention de 15% des lecteurs pour chaque journal,
- Attire les clics de 5% des lecteurs parmi ces 15% (les plus intéressés).

Cela correspondrait à :

- 120'000 lecteurs qui voient et 6'000 lecteurs qui cliquent sur ma publicité sur le 20 Minutes,
- 42'900 lecteurs qui voient et 2'145 lecteurs qui cliquent sur ma publicité sur le 24 Heures,
- 36'900 lecteurs qui voient et 1'845 lecteurs qui cliquent sur ma publicité sur la Tribune de Genève,
- 2'250 lecteurs qui voient et 113 lecteurs qui client sur ma publicité sur Watson.

Au total, plus de 200'000 personnes verraient ma publicité et 10'000 d'entre elles cliqueraient sur ma publicité et atterriraient sur ma page pour chercher à s'informer davantage sur le sujet. Ainsi, mon objectif de sensibilisation toucherait ces 10'000 personnes.

Je compte par ailleurs sur le fait que ma publicité se démarque de toutes celles qu'on a l'habitude de voir passer, car elle ne promeut aucun produit (type voiture ou vêtements), mais une cause. On voit finalement peu de publicités passer pour sensibiliser sur un sujet, car tout est capitalisé et implique une transaction monétaire à la fin du processus.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Source (pour les trois chiffres) : <u>https://www.tdg.ch/la-tribune-voit-son-lectorat-bondir-de-44-761791818811</u>.

# Réseaux sociaux : Facebook

## Inspirations

Je m'inspire de plusieurs pages Facebook avant la création de ma page, en voici la liste ainsi que la raison derrière ce choix :

## a. Sri Lanka Wildlife Conservation Society : https://www.facebook.com/SriLankaWildlifeConservationSociety/?ref=page\_internal

Je commence par mentionner cette ONG, car il s'agit de celle avec laquelle j'ai travaillé lors de mon voyage bénévole au Sri Lanka en 2017. Le compte partage chaque mois les dernières actualités sur les éléphants au Sri Lanka (sous forme de liens d'articles ou de longs textes écrits) et contient un descriptif et une imagerie complets.

Sri Lanka	Sri Lanka V Conservati	Vildlife on Society			
	@SriLankaWildlife Environmental.com	ConservationSociety servation organisation		3 Learn Mor	e
				🖄 slwcs.org	
Home About	Photos Videos	More *	🖕 Liked	S Message	Q
The Sri Lanka Society (SLW organization Lanka with th conserve the	a Wildlife Conservation /CS) is the first established outside of S esole purpose to d See more	Sri Pinned Pos	to/Video ♀ Ch T	ieck in 🏼 🛓 Ta	ag friends
Society (SLW organization Lanka with th conserve the	(CS) is the first established outside of S he sole purpose to d See more	Sri Sri Lanka V in the news	Lanka Wildlife Conserv farch at 17:55 · @ Vildlife Conservation S s: Human-Elephant Col	<b>/ation Society</b> ociety Project Oranç nflict Exacts Heavy	•••• je Elephant Toll In Sri
10,648 peoply your friends	le like this, including 11 d	of Lanka (Agr	icultural Deterrents are	r the best)	
10,863 peop	le follow this	-	- muth	Service The La	

La page Facebook du SLWCS.

- b. Elephants and Bees : https://www.facebook.com/ElephantsandBees
- c. Elephants Alive : https://www.facebook.com/ElephantsAlive.SouthAfrica

Ces deux pages sont regroupées, car le choix derrière elles est le même : lors de mon voyage au Sri Lanka, j'ai rencontré un autre volontaire sud-africain, qui travaillait sur la solution des abeilles pour repousser les éléphants des champs et qui travaille actuellement chez l'ONG Elephant Alive. Les deux pages sont également bien documentées et régulières dans leurs publications (en moyenne trois publications par semaine).


La page Facebook d'Elephants and Bees.



La page Facebook d'Elephants Alive.

#### d. WWF: <u>https://www.facebook.com/WWF/?ref=page\_internal</u>

Cette ONG est connue et reconnue pour son travail de protection de la faune ; la page Facebook est de ce fait très professionnelle et complète, de quoi m'inspirer pleinement.



La page Facebook du WWF.

## Création de la page

Sur la base de cette inspiration, je crée ma propre page Facebook associée à mon site et je l'habille graphiquement, en utilisant les images phares et le logo simplifié de mon site.

→ Voici le lien de ma page : <u>https://www.facebook.com/Elephantsdasie.ch</u>.

		×			
General	Contact	◀ Location	C Hours	K More	
General					
Name Elephan	tsdasie_ch				
Username Elephan	tsdasie.ch				
Descriptio www.ele Vous po compar I'Homm	n ephantsdasie.ch uvez notamme aison avec l'élé e.	n est un site wel nt y retrouver u phant d'Afrique,	o entièrement ne descriptior , et l'état actu	dédié à l'éléphant d'As n détaillée de l'animal, u el de sa relation avec	ie. Ine
Cat	egories				
Categories	e X				
websit					

Nom, nom d'utilisateur, description et catégorie de ma page.

		Edit P	age info		×
General	E Contact	◀ Location	C Hours	18 More	
Contact					
-	- Phone	number			
O My Page	doesn't have a pho	ne number			
CH+41	• Whats	App phone nun	nber		
O My Page	doesn't have a Wh	atsApp number			
Email addre	as @elephantsdas	ie.ch			
O My Page	doesn't have an er	nail address			
Website https://e	lephantsdasie.	ch			
O My Page	doesn't have a we	osite			

Adresse e-mail et site web de ma page.

		Edit P	age info		×
General	🖪 Contact	◀ Location	<b>O</b> Hours	Nore More	
Hours					
O No Ho	urs Available won't see business	hours on this Page			
Alway     e.g. par	s open ks, beaches, roads				
O Perma	inently closed	ntly closed			
O Open	during selected	hours			
Update your	business hours so s	earch results show	when your locatio	n is open.	
Tempora	ry service ch	anges			
O Open This but	with service cha	inges hanged service (e.g	pick-up, delivery	, online service etc.)	
O Tempo	orarily closed siness lan't current/	y open but will open	again in the futu	19.	
O Opera	ting as usual siness doesn't have	any temporary serv	ice changes.		
Choose an o	ption to indicate hos	your services have	changed due to	coronavirus (COVID-19),	

Heures d'ouverture de ma page.

E	dit Page info		×
Additional information			
Price range			
Cheep ff Moderate			
O fff Expensive			
O ffff Splurge			
Unspecified Choose if you do not wish to specify a p	rice range		
O Not applicable Price range is not applicable			
Other Accounts			
Enter account username	Instagram	+	×

Ordre de prix de ma page.



Vue d'ensemble de ma page Facebook.

J'ajoute enfin à mon site un lien vers ma page Facebook. Je commence par aller dans mon tableau de bord, dans « Options du thème Divi ». Je demande d'activer les icônes Facebook, Twitter et Instagram et ajoute l'URL de ma page Facebook sur l'icône correspondante.

Sur les traces de l'éléphant comptes	ts d 🗭 0 🕂 Créer Settings	Purger le cache WPForms	📕 Bonjour, elephantsdasie.ch 🥅
🖋 Outils	Afficher l'icône Facebook	ACTIVER	
<ul> <li>Réglages ()</li> <li>SEO</li> </ul>	Afficher l'icône Twitter	ACTIVER	
S MC4WP	Afficher l'icône Google+	DÉSACTIVER	
<ul> <li>Tag Manager</li> <li>Vidéos</li> </ul>	Afficher l'icône Instagram	ACTIVER	
WP-Optimize     Divi	Afficher l'icône RSS	DÉSACTIVER	
Options du thème Thème Builder	URL profil Facebook	https://www.facebook.com/Elephantsdasie.ch	
Personnaliseur de thème	URL profil Twitter	*	
Éditeur de rôle Bibliothèque Divi	URL profil Google+	#	
Support Center	URL du profil Instagram	#	0

Activation des icônes réseaux sociaux et ajout de l'URL de ma page Facebook.

Ces icônes apparaissent dans le menu secondaire de mon site, que je mets en évidence avec un vert clair.



Visibilité des icônes dans le menu secondaire.

### Création de posts

Je crée d'abord des petits montages photos – format publication Facebook – sur Canva. Le premier montage indique l'arrivée sur Facebook de mon « entreprise ». Le second présente en quelques mots le genre de contenu auquel s'attendre sur cette page et, ainsi, les raisons pour lesquelles il faudrait s'abonner. Le troisième commence un premier concept : Le Saviez-vous ? Ce concept est semblable à un « fun fact », qui pourra parfois être moins « fun » selon la thématique, qui expose un fait sur l'éléphant en une petite phrase.

Voici les montages effectués :



Montage 1 : Arrivée sur Facebook.



Montage 2 : Présentation de la page.



Montage 3 : Le saviez-vous ? #1

Pour les publications, je reprends donc ces montages et ajoute des commentaires en plus. D'un côté, je mets quelques émoticônes après certaines de mes phrases, car je trouve que cela représente bien le monde Facebook, majoritairement utilisé par des adultes qui en emploient beaucoup. D'un autre côté, je rajoute une touche d'humour afin de casser l'aspect formel et trop sérieux. Il s'agirait plutôt d'un choix pour toucher les plus jeunes, qui seraient plus sensibles de ce genre d'humour, mais aussi d'un choix que je fais volontiers à titre personnel en temps normal, car je trouve tellement plus sympathique de lire un commentaire décalé que trop solennel.

Voici ce que cela donne :





Trois publications qui reprennent les montages photos.

# Réseaux sociaux : Instagram (binôme)

Cette partie se fait en binôme. Le lien du site de mon binôme : https://justbikeit.ch/.

## Stratégie du site et inspirations

Tout d'abord, la description du site de mon collègue, présentée sur sa page d'accueil, me permet de comprendre les points clés de la stratégie de son site. Voici ladite description :

« Les questions de protection de l'environnement et de développement durable sont aujourd'hui plus que jamais d'actualité. Partout, des initiatives éco-responsables fleurissent et aident nombre de personnes à adopter de meilleurs comportements.

Le vélo est l'un des symboles forts de cette évolution. En effet, sa pratique est régulièrement encouragée, que ce soit au travers de subventions accordées par l'état ou d'événements organisés par des associations.

Ainsi, chaque année, beaucoup décident de franchir le pas en adoptant la bicyclette. Cependant, il peut parfois s'avérer utile d'être soutenu lorsque l'on débute et que l'on ne dispose que de peu de connaissances. C'est à cela que je destine mon projet. Ce sera une plateforme informative permettant à tout un chacun, habitant Lausanne et ses environs, de bénéficier d'astuces basiques que j'estime utiles. »

Ainsi, je comprends que l'objectif du site est de fournir des bons plans sur Lausanne afin d'inciter les gens à adopter un vélo. J'identifie alors quelques pages Instagram inspirantes liées au projet du site de mon collègue et j'explique mes choix :

#### a. Publibike : https://www.instagram.com/publibike/

Je choisis en premier lieu la page Instagram « Publibike », car cette entreprise est mentionnée dans l'un des trois blogs de mon collègue (« Location de vélos »). Cette page est bien organisée, bien habillée graphiquement et utilise des méthodes de publications en vogue, notamment avec la publication d'une grande photo en neuf fois. Le compte est régulièrement actif, les photos publiées sont esthétiques et les descriptions sont complètes.



La page Instagram de publibike.

#### b. Suisse\_velo : https://www.instagram.com/suisse\_velo/

Bien que cette page ait peu d'abonnés et de publications, les photos et les descriptions sont intéressantes. De plus, il s'agit d'une page liée à un site web spécialisé dans le vélo en Suisse.



La page Instagram de suisse\_velo.

### c. Trekbikes : <u>https://www.instagram.com/trekbikes/</u>

Il s'agit de la page la plus populaire de tous mes choix, avec des abonnés du monde entier. Le compte est très actif, les photos, les vidéos et les descriptions sont très variées et inspirantes.



La page Instagram de trekbikes.

### d. Cyclecoffeesociety : <u>https://www.instagram.com/cyclecoffeesociety/</u>

Cette page est liée à un site web qui promeut les routes et les paysages du Tour de France. Les photos sont plaisantes esthétiquement, elles sont publiées presque chaque jour et chacune est accompagnée d'une légende complète.



La page Instagram de cyclecoffeesociety.

#### e. Bicyclette\_bleue : https://www.instagram.com/bicyclette\_bleue/

Il s'agit de la page d'une association qui promeut la mobilité douce en Suisse. Les publications sont intéressantes.



La page Instagram de bicyclette\_bleue.

### Création de la page

Sur la base de ces inspirations, je crée la page Instagram associée au site de mon binôme et l'habille graphiquement.

→ Voici le lien de la page : <u>https://www.instagram.com/justbikeit.ch/</u>.

Voici les premiers éléments de création de la page :

- Mail : Laure-helene.revaclier@heig-vd.ch
- Nom : JustBikelt
- Nom d'utilisateur : Justbikeit.ch
- Mot de passe : Markdig2\_jbi!

Je demande dès le départ de créer une page professionnelle. J'indique que je suis un Créateur plutôt qu'une Entreprise et qu'il s'agit d'un blog personnel. Puis, j'ajoute le logo en photo de profil, une courte biographie ainsi que le lien du site web.

Instagram	Q Rechercher	6	Ø	Ø	Ø	0
	Quel type de compte vous correspond le mieux ?					
	*8					
	Créateur Idéal pour les personnelités publiques, les producteurs de contenu, les artistes et les influenceurs.					
	Entreprise					
	ideat pour les distributeurs, les entréprises locales, les marqués, les organisations et les prestataires de services.					

Choix du type de compte : Créateur.

Instagram	Q Rechercher	Ģ	A	Ø	$\odot$	0
	Sélectionnez une catégori	e				
	Choisissez une catégorie qui représente le mieux ce que vous fi choix d'afficher ou de masquer ce renseignement aur v	aites. Vous aurez le otre profil.				
	Show category on profile					
	Q. Rechercher					
	Suggestions					
	Blog personnel	0				
	Produit/service					
	Art					
	Musicien/groupe					
	Shopping et vente au détail					
	Santé/beauté					
	Épicerie					

Choix d'une catégorie de compte : Blog personnel.

stagram		Q Rechercher	Ģ	A	Ø	$\odot$		
Modifier profil	(m)	justbikeit.ch	61					
Compte professionnel		Modifier la photo de pro	ru -					
	Nom	JustBikelt						
Changer de mot de passe		Aidez les gens à trouver votr plus connu, que ce soit votre	e compte à l'aide de votre nom 1 nom complet, votre surnom ou	le I				
Apps et sites web		Vous pouvez uniquement chi	anger votre nom deux fois tous	les				
E-mail ou texto	A1	5-4 (DLF3).						
Notifications push	Nom d'utilisateur	Dans la plupart des cas, vou d'utilisateur justbikeit.ch pen	s pourrez reprendre votre nom dant encore 14 jours.					
Gérer les contacts		En savoir plus						
Sécurité et confidentialité	Site web	https://justbikeit.ch						
Activité de connexion	Bio	Retrouvez ici astuces entretenir votre vélo ce mode de transpor	s et petits conseils pour et définitivement adopte t ! 🚲	r				
E-mails d'Instagram		Informations personnell	es					
Passer à un compte		Fournissez vos informations est utilisé pour une entrepris n'apparaîtront pas sur votre (	personnelles, même si le comp e, un animal ou autre chose. Ell profil public.	19 85				

Nom, nom d'utilisateur, lien du site web et biographie.

### Voici le résultat final obtenu :

Instagram		Q Rechercher	$\bigcirc \land \land \oslash \bigcirc \bigcirc$
JustBikelt	jUStbikeit O publications JustBikeit Blog personn Retrouvez ici adopter ce mu P Ø Lausann justbikeit.ch	t.Ch Modifier profil () s 0 abonnés 0 abonn el astuces et petits conseils pour ode de transport ! e, Vaud	rements r entretenir votre vélo et définitivement
 ⊞ PUBLICATIONS	⊜ IGTV	C ENREGISTREMENTS	劇 IDENTIFIÉ(E)

Page Instagram de JustBikeIt.

# Création de posts

Je crée maintenant trois publications. Pour ce faire, je reprends les trois astuces déjà publiées sur le site web<sup>2</sup> et les transforme en publications Instagram.

Voici les trois publications :

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Source : <u>https://justbikeit.ch/blog/</u>.



Première publication.



Deuxième publication.



Voici une vue globale de la page Instagram avec les trois publications :



Page Instagram de JustBikelt, avec les trois publications.

Mon collègue doit maintenant ajouter le lien de ma page Instagram sur son site. Je fais de même sur mon site, en inscrivant le lien de la page Instagram qu'il m'a créée à l'icône correspondante.

## Deux questions supplémentaires

1. Expliquer et montrer comment il est possible de donner des droits à une tierce personne dans le Business Manager pour lui permettre de co-gérer le compte Instagram de mon projet.

Une première idée serait simplement de donner le nom d'utilisateur et le mot de passe du compte Instagram à la tierce personne afin qu'elle puisse se connecter au compte de son côté.

Une seconde idée serait d'aller dans les paramètres du Business Manager, de cliquer sur la section « Personnes », puis « Ajouter ». À partir de là, je peux écrire l'e-mail professionnel de la tierce personne à qui je veux accorder les droits d'accès. Je lui attribue un rôle (ici « Accès Admin »), puis envoie l'invitation<sup>3</sup>.

2. Un ami me suggère d'obtenir le badge Vérifié sur ma page Facebook et sur mon compte professionnel Instagram. Expliquer ce dont il s'agit et comment l'obtenir.

Le badge Vérifié sur Facebook et Instagram apparaît sous la forme d'une icône bleue avec une coche. Cela signifie que les deux plateformes ont vérifié la page et/ou le compte et certifient désormais la présence de la personnalité publique que la page et/ou le compte représente.

On peut l'obtenir en suivant les étapes suivantes, dans les paramètres de l'application mobile :

< Paramètres		< Compte	C Demander une vérification
Q, Rechercher		Informations personnelles	Demander une vérification Instagram
+A S'abonner et inviter des amis	5	Enregistré	> Un badge vérifié est une coche à côté du nom
③ Votre activité	2	Amis proches	d'un compte Instagram qui indique qu'il s'agit du compte authentique d'une personnalité
O Notifications	2	Langue	<ul> <li>publique, d'une célébrité, d'une marque ou d'une entité qu'il représente.</li> </ul>
* Créateur	>	Sous-titres	<ul> <li>La transmission de votre demande ne garantit pas l'obtention du statut vérifié pour votre</li> </ul>
Confidentialité	×.	Synchronisation des contacts	> compte.
Sécurité	5	Comptes liés	> Nom d'utilisateur
🖨 <sup>2</sup> Publicités	2	Utilisation des données cellulaires	> justDikert.ch
Compte	2	Photos d'origine	Prenom et nom
D Aide	> :	Demander une vérification	Connu sous le nom de
<ol> <li>À propos</li> </ol>	S.	Publications que vous aimez	3
Connevione		Supprimé récomment	Categorie
	Θ		

Demande d'un badge Vérifié sur l'application mobile.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Source de la marche à suivre : <u>https://www.facebook.com/business/help/2169003770027706?id=2190812977867143</u>.

# Réseaux sociaux : Twitter

Je crée un profil Twitter professionnel. Je le nomme Éléphants d'Asie, inscris mon e-mail de contact et ma date de naissance. Puis, j'ajoute mon logo simplifié en photo de profil et écris une description du compte. Lors de la création du compte, un nom d'utilisateur m'est imposé : elephants\_d. Je complète également les données vides résiduelles. Le compte est désormais créé et prêt à être utilisé. Il est similaire visuellement au compte Facebook.

 $\rightarrow$  Voici le lien du compte : <u>https://twitter.com/elephants\_d</u>.



Compte Twitter officiel de www.elephantsdasie.ch, site web

entièrement dédié à l'éléphant d'Asie. 🐄



Création du compte Twitter Éléphants d'Asie.

# HootSuite

Je m'inscris sur Hootsuite pour utiliser la version gratuite, qui me permet d'ajouter deux réseaux sociaux (et non pas trois). J'y connecte donc mes comptes Facebook et Twitter.

🗑 Hootsuite <sup>.</sup>				
		You're go	od to go!	
You can only ac	ld 2 social a	elephants_d	- upgrade later if you ever want t	o add more.
Facebook Page	8	Twitter	×	
		Continue		

Ajout de ma page Facebook et de mon compte Twitter sur Hootsuite.

Je conçois un post supplémentaire dans Canva, puis dans Hootsuite et planifie sa publication une heure plus tard.

Voici le montage photo qui accompagnera la légende, créée sur Canva (comme pour les trois premières publications Facebook) :



Montage photo : Le saviez-vous #2 ?

Puis, je reviens sur Hootsuite et demande de créer un nouveau post. Je suis les étapes du tutoriel, qui me demandent de choisir les comptes (ou pages) sur lesquels publier, d'écrire la légende, d'ajouter un ou plusieurs médias et enfin de choisir une date et heure de publication. En tout temps je peux voir l'aperçu du rendu des publications sur Twitter et Facebook à droite.



Choix des réseaux sociaux sur lesquels poster.



Rédaction de la légende.



Ajout du montage photo en média.

				Autos	ched	ule:					
					Ģ				ii		adback 🔍 🗙
Vedia		Open med	tia library	2		м	ay 20	21		>	STATISTICS.
No. 1	le-saviez-wour2	PRI	6	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su	CHARLES .
	Source Upload		100	26	27	28	29	30)	1	2	
Service Service	PICE GLOND			3	4	5	6	7	3	9	сн
				10	11	12	13	14	15	16	2 #2
	Editimage	Create alt tex		17	18	19	20	21	22	23	mmeune
(1) Sel	ect files to upload	a Browse your	media	24	25	26	27	28	29	30	ation et
				31		2	3	4	5	£.	caus.
Your Fac	cebook image will	Timeline Pho	Exit Tutorial					_			E-PROVINCE OF
E0 to:				8	~	1	5	~	РМ	~	
	Select date an	id time		GMT+0	2 Euro	pe/Zu	rich				She was seen
romotio leach a w	Pick a date and time a for you—even if you'n to the Bahamas.	nd we'll publish this in bed, at brunch, o	s post or off		_		Done	•			🖉 Share
	Stop 4 of E	Proviour	Next		Sat, M	lay 8	at 8:	15PM		×	Schedule (2) 🔤 🗠

Sélection d'une date et d'une heure pour la publication.

edia	Open.m	edia library			
Terrenze energia de Saviez Source: U Size: 353k	vous2.png load l			W.ELEPHANTSDASIE.CH	
Edit image	Create alt to	nt	Le sa	viez-vous ?	° #2
1 Select files to upluar	O Browse you	r media	Ready to go!		
Your Facebook image wil go to:	Timeline Phot	05 ~	Laure-Hélène, you'r post! After schedulir your post in Publish	e ready to schedule your ng, you can review and e er.	dit
omotion			Step 5 of 5	Previous	Exit

Demande de programmation de ma publication.



Confirmation de la programmation de ma publication.

Il est donc possible de visualiser les prochaines publications dans l'éditeur de Hootsuite, tout comme il est possible d'en planifier des nouvelles.



Aperçu de mon agenda dans l'éditeur.

Une heure plus tard, voilà donc la publication qui s'ajoute automatiquement à mon compte Twitter et à ma page Facebook :



Publication Twitter avec Hootsuite.



Publication Facebook avec Hootsuite.

# Laure-Hélène Revaclier

# Réseaux sociaux : LinkedIn

Je choisis un autre réseau social qui a du sens par rapport aux cibles que mon projet vise et établis une présence sur cette plateforme. Je fais donc le choix de créer un profil LinkedIn.

La raison derrière ce choix de quatrième réseau social réside dans le fait que LinkedIn soit le leader des réseaux sociaux dédiés aux relations professionnelles et qu'il compte des centaines de milliers d'utilisateurs, qui font pour la plupart partie de la tranche d'âge cible de mon site web (20-60 ans).

→ Voici le lien de la page : <u>https://www.linkedin.com/in/%C3%A9I%C3%A9phants-d-asie-9a11a3212/</u>.



Création de la page LinkedIn Éléphants d'Asie.

Q Recherche		Accuell	Réseau	Emplois	<b>O</b> Messagaria	Notifications	veus ♥	Produits 🕶	Essai Promium gratuit d'un mois
- Antonio - Anto	Activité	de Éléphants l'activité Artic	tles Po	sts Do	cuments		Cen	tres d'int	érêt
Éléphants d'A Étudiant(e) à HEIC	sie g-VD	léphants d'Asie tudiant(e) à HEIG-VD min - ©				•••	5 (	HEIG-10961a	/D sbonnës é
Addition -	° ₩ LE SAV L'éléphan individus cause : bi & Pour ei	riEZ-VOUS #2 ? t d'Asie est une "esj recensés dans le co raconnage, déforest n savoir plus :	pèce en dar intinent acti ation et cor	nger", avec r Jellement. T Iflit avec les	noins de 50° rois faits en habitants.	000 sont la	Éce	HEIG-1 10961	/D Ibonnés É
				/ ~				nfos Access Conditions gé Préfére Solution Téléchargez I Linked 🖬 🗘	uibilité Assistance clienté Impressum nérales et confidentialité ~ nces Pubs Publicité is professionnelles ~ 'application Linkedin Piu nkedin Corporation © 2021
	Menaces	actuelles asia.ch + Lectura de 2 r							Re: Messaneri

Première publication.



Deuxième publication.

# Annonce publicitaire Instagram

J'imagine une annonce publicitaire Instagram pour mon projet. Pour cette campagne, je reprends l'idée émise en page 28, pour ma campagne Display, concernant la journée mondiale de l'éléphant le 12 août.

### Visuel, simulation de rendu et ciblage

Je commence par réaliser le visuel de l'annonce avec les recommandations et l'outil Canva. Je choisis le format « publicité photo Instagram », de 1080x1080 pixels<sup>4</sup>.



Visuel de l'annonce publicitaire Instagram.

Je réalise ensuite la simulation du rendu avec AdParlor, en reprenant le visuel, le logo, le nom de mon compte Instagram et en écrivant un court message. Voici le résultat obtenu :

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Source : <u>https://www.facebook.com/business/ads-guide/image/instagram-feed/traffic</u>.



Simulation du rendu AdParlor.

Je propose enfin un ciblage pour la diffusion du visuel sur la base de l'outil Audience Insights proposé par Facebook. Je choisis une audience : « Everyone on Facebook » (à noter que le résultat sera le même qu'avec « People connected to your Page »), en partant du principe qu'Instagram est compris dans le groupe Facebook.

Je cible le tout selon la localisation (Genève, Suisse), selon l'âge (18-... ans), selon les activités (nature, voyage aventure, parcs à thème et tourisme) et selon la langue (français).

$FB\equiv Audience Insights$	Search	٩	🔙 Laure-Hélène 👻 🛕 🔞
Audience Insights is going aw The Audience Insights tool will no Facebook Businese Suite Insights.	ay soon longer be available as of 1 July 2021. You can access insights on your audience, as well as filte Your audiences can also be accessed access other Farebook Business tools.	r and save audiences, in	Learn more
Laure-Héiène Rovaclier (177 💌	Choose an Audience to Start	*	Create Ad
CREATE AUDIENCE			
Lecation	Everyone on Facebook	3DOOK America 👔	
UNITED STATES X X All United States			Activity
+ Country, regian or city	_		
Age and Gender 🗸 🗸	People connected to your Page		
Age 18 + - Any+		10	5% 15%
Gender	Don't show this again		
All Men Women	18 - 24 25 - 34 35 - 44	45 - 54 55	- 64 65 +
Interests 🗸 🗸	45% Men 45% All Facebook		
Q + interest	12%	16%	3% 11%
Connections 🗸 🗸	27%		
Pages			Report a Problem

Choix d'une audience.





Création d'une audience avec plusieurs critères ciblés.

### Deux questions supplémentaires

#### 1. Sur cette base, combien de personnes pourrais-je toucher ?

Audience Insights m'indique, avec mon ciblage, que je pourrais toucher entre 90'000 et 100'000 personnes.

#### 2. Comment pourrais-je mesurer précisément les résultats de cette campagne sur mon site ?

Je peux mesurer les performances de ma publicité Instagram en allant sur « Ads Manager » et en cliquant sur le nom de la campagne, puis sur « View Charts » pour voir toutes les données.

# Facebook Pixels

Je crée et installe un pixel Facebook sur mon site.

Avant toute chose, qu'est-ce qu'un pixel Facebook et quel est l'intérêt de ce dispositif ? Un pixel Facebook est un « outil analytique qui permet de mesurer l'efficacité de ma publicité en comprenant les actions faites par les gens sur mon site web »<sup>5</sup>. Ainsi, je peux utiliser un pixel pour m'assurer que mes publicités soient montrées aux bonnes personnes, pour augmenter mes ventes et pour mesurer les résultats de mes publicités.

D'abord, je demande de connecter des sources de données et de choisir mon site web en tant que source. Je choisis ensuite la méthode de connexion : Facebook pixel. Je nomme ce pixel « elephantsdasie.px » et inscris le lien de mon site web.



Connexion de sources de données.

Laure-	Connect a new data source			×
Connect	Send information about customer optimise ad delivery and more. Ch	interactions with your business. The bose a data source to get started.	is information can then be used to	create audiences, run campaigns,
💃 Data sou		0	<b>a</b>	#
Custom :	Web	Арр	Offline	CRM
🧐 Partner i	Connect your website to share activity that occurs online, including view content, add to cart and purchase events.	Connect your app to share activity that occurs in your app, including installs and purchases.	Connect your offline information to send activity that occurs in shops or anywhere that is not on the web.	Connect your CRM to deliver your lead generation ads to people who are most likely to convert.
	Give feedback			Cancel Connect
1. A.				Connect a data source

Connexion de mon site web.

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Source : <u>https://www.facebook.com/business/help/742478679120153?id=1205376682832142</u>.



Sélection d'une méthode de connexion : Facebook pixel.



Nommage du pixel et ajout du lien de mon site web.

Après avoir installé le pixel Facebook, je demande de connecter l'activité de mon site web en utilisant un pixel. Je demande d'installer le code de base manuellement. Je reçois un code HTML que je dois copier, puis coller dans le header de mon site web, avec l'extension Tag Manager et dans les options du thème de mon site.

Dde site based on how the website was built, what kind of . Learn more	
site based on how the website was built, what kind of . Learn more	
🛞 Use a partner integration	
Connect your site using one of our many partners, including Squarespace, WordPress, Shopify and others. This method doesn't involve writing code. Learn more	
Use a Partner	
	Use a partner integration Connect your site using one of our many partners, including Squarespace, Workpress, Shopity and others. This method doesn't involve writing code. Learn more Use a Partner Email Instruction

Installation du code manuellement.



Code à copier dans la section header de mon site web.



Code collé dans la balise <head> de l'extension Tag Manager.

🛞 👩 Sur les traces de l'é	Héphants d 🛡 🛛 🕂 Créer Settings Purger	le cache WPForms Bor	ijour, elephantsdasie.ch 🔣
🗐 Helpie FAQ 🚷	Intégration de code		
O Stories			
🔄 WPForms	Activer le code d'en-tête	ACTIVER	
🔊 Аррагелсе	Activar la coda e body o	ACTIVER	
🖉 Extensions	Actives in code < body >		
👗 Comptes	Activer code du haut de page	ACTIVER	
🖋 Outils			
🖽 Réglages 🌒	Activer code du bas de la page	ACTIVER	
Q, SEO			100
MC4WP	Ajouter ligne de code à la < head > de votre blog	() «) facultoric fixe) code 20 Keoriges	0
🔟 Tag Manager		<pre>2: fruntion(f,D_ee,V,D_f,S) 3: (if(f,Dog)netion(;n=F,Ebg=function()(n.callMethod?)</pre>	
O Vidéos		in.collMethod.apply(n,orguments):n.queue.publ(argument)://if()ffbg)ffbg=n;n.publ=n;n.londme=10;n.varsion=	2 ( ( C C
S WP-Optimize		<pre>&gt; n.queue=[];t=b.createllement(e);t.asymc=[0; &gt;&gt; t.orc=v;s=b.gotElementsByTogRame(e)[0];</pre>	
DM •		<pre>ila.perentHode.insertbetore(t,s)}(viedow, document, moripe';</pre>	
Options du thème		1 'https://commons.facebook.set/es_UK/Theventw.ja-j; Engl/inst., 's161a;50073674'1;	
Thème Builder		tog( track', 'FundView');	
Personnaliseur de thème		A :: <noscript>&lt;:mg.height=':' width=':' anylo='displaying ::are='https://oww.facumouk.com/tr?</noscript>	1919
Éditeur de rôle		Lis-107620652073670sey-PageViewsnamerist=1"	

Code collé dans la balise <head> du thème de mon site.

Puis, j'active le « automatic advanced matching » pour obtenir certaines informations des visiteurs de mon site et ajoute un code événement.

				0	
Install base code		Enable advanced matching		Add event code	
Automatic advan	ced matchin	g			
Use information that y addresses or phone n This can help you attri through remarketing o	your customers umbers, to mate ibute more conv campaigns. Lear	have already provided to ch your website's visitor versions to your ads on m more	o your business, s to people who Facebook and re	such as their ema are on Facebook. ach more people	il
Turn on automation	c advanced match	ing			
Verify the customer	information that y	you want to send.	Town/c	tv. county/region.	
	is 🔍	Gender	postal c	ode and country	
Email addres			( A A A A A A A A A A A A A A A A A A A	birth	
<ul> <li>Email addres</li> <li>First name ar</li> </ul>	nd surname 🌘	Phone number	Date of	Diren	
First name ar     External ID	nd surname 🏾 🌑	Phone number	Date of	Dirtit	
Email addres     Erist name ar     External ID     This information will     information, such as	nd surname  I be hashed to bett financial, health a	Phone number ter protect user privacy bef and government ID data wil	ore it is sent to Fac	ebook. Sensitive	

Activation du « automatic advanced matching ».

Connect website activity using pixe	el	×
Install base code	Enable advanced matching	Add event code
Add events using event	setup tool	
You can use the event setup to code. This is the easiest optio	ool to add standard events and parame n to install pixel events. Learn more	eters without the need to
How it works		0
Use the event setup tool to open	your website.	<u> वि</u> च्य
Using the event setup tool, select website you'd like to add events.	where on your	
With a simple click, your event is without needing to use code.	added to your website	
Prefer a manual option? Install eve	ents using <mark>code.</mark>	
Back Give feedback		Open Event Setup Tool

Ajout d'un code événement.

Enfin, je choisis WordPress comme partenaire et y connecte l'URL de mon site web.

OpenCart	PrestaShop	Segment	Shopify (online)
Shopline Shopline	ගි Squarespace	. Storeden	Tealium
Teespring	tm Ticketmaster	Webflow	Wix
WOO WooCommerce	WordPress		
in't see the partner integration	on you want? <mark>Request a new p</mark>	artner	

Ajout de WordPress comme partenaire.

Set up events	×
You can use the event setup tool to add standa without the need to code. This is the easiest op	rd events and parameters ption to install pixel events.
You are connected to this URL	
https://elephantsdasie.ch	Disconnect

Connexion à l'URL d'elephantsdasie.ch.

Je constate que mon pixel Facebook fonctionne bien et que des activités commencent déjà à être détectées.

Data sources		E Laure-Hélène Revaclier (1777384_
Q Search by name or ID	elephantsdasie.px  interview  Test events  Diagnostics  History  Settings	May 2021-13 May 2021 👻 🛛 Create 🔹
in 107028658072670	All activity	<ul> <li>↓ Active Last received 18 minutes ago</li> <li>□ Pixel 107628658072670</li> <li>⊕ Websites elephantsdasie.ch</li> </ul>
	Add Events	vent 0/50 All events +
	View all events received through the Facebook pixel and Conversions API.  Events A Used by Connection method  Percention	Total events 4
	Active Browser	Last received 19 minutes ago

Activités détectées par le pixel Facebook.

J'intègre ensuite ce pixel à travers Google Tag Manager, en suivant les étapes décrites dans ce site web<sup>6</sup>.

Configuration de la balise	
Type de baline	
C > HTML personnalisée Balise HTML personnalisée	
нтм. 🗇	
<pre>( <pre>clip: plant come&gt;</pre></pre>	
Déclenchement	

Installation du pixel Facebook dans une nouvelle balise.

L'ajout du pixel Facebook dans Google Tag Manager permet de mesurer et d'optimiser les résultats de ma publicité Facebook. J'ai la preuve que ce pixel fonctionne bien en inscrivant le lien de mon site sur SEOptimer :

Confirmation par SEOptimer que le pixel Facebook est installé et qu'il fonctionne.

### Une question supplémentaire

# 1. Un ami juriste me taquine à propos de ma conformité RGPD et me demande quelles informations le pixel Facebook collecte.

Tout d'abord, le RGPD est une loi de protection des données en Europe, adoptée en 2018. Elle agit sur le fait que les entreprises collectent, stockent, utilisent et détruisent les données des particuliers.

Si j'accepte d'activer le « Automatic advanced matching » pour connecter mon site web en utilisant un pixel Facebook, je peux décider de vérifier quelles informations de l'utilisateur je veux envoyer : adresse e-mail, genre, ville-région-code postal-pays, nom et prénom, numéro de téléphone, date de naissance et ID externe.

Normalement, Facebook dit s'être plié aux règlementations instaurées par le RGPD, et donc que toutes les données collectées sont protégées.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Source de la marche à suivre : <u>https://www.facebook.com/business/help/1021909254506499</u>.

# Publicité audio digitale

Laure-Hélène Revaclier

Un de mes contacts souhaite expérimenter avec moi la publicité audio digitale et me propose un budget de 3'000 CHF d'achat média à utiliser pour faire une campagne pour mon projet. Elle est intéressée par différentes options comme Spotify, SoundCloud ou Deezer.

Je propose donc un projet d'achat d'espace pour promouvoir mon site et expérimenter ce genre de solutions, sans avoir à véritablement créer de spot publicitaire. Je me focalise sur la création fictive d'un projet sur Spotify uniquement.

Un produit correspond à ce qu'on cherche à faire, c'est-à-dire une publicité audio. Pour cela, il faut créer ou importer un fichier audio de 30 secondes maximum et créer un carré display associé de 640x640 pixels pour illustrer la publicité. Les détails sont donnés ici : <u>https://ads.spotify.com/fr-FR/solutions-publicitaires/audio-ads-specs/</u>.

Je commence alors à créer un compte Spotify lié à mon e-mail étudiant et à demander de créer une publicité avec Spotify Advertising. À la place de mettre comme pays la Suisse, je mets les États-Unis, car l'outil Ad Studio n'est pas disponible actuellement dans mon pays.

the second se		
aites entendre	Éléphants d'Asie Il s'agit du compte Spotify que vous aller utiliser pour vous connector à Ad Studio.	
otre message.	MODIFIER	
otify simplifie la publicité grâce à sa plateforme	Prénom Nom de famille	
icitaire en libre-service. Inscrivez-vous et lancez-vous uelques minutes seulement. Nous vous aiderons même ier vos angeges audio gestuitement	Éléphants d'Asie	
a creer vos annoñces audio gratuitement.	E-mail professionnel	
	laura-helene.revaclier@heig-vd.ch	
	Nous utiliserons cette adresse afin de vous contacter pour toute demande concernant votre compte Ad Studio.	
	Pays ()	
	Suisse	
	Nose powork vtilleer se informatione pour communiquer avec von se unigit d/d Budio. Consulter anton Publique de contideratinte pour prival d'informatione au pui collecte at l'utilization de données percentelles par Bodify. SUIVANT	
Spotify Advertising	Informations de connexion 🌾 Informations sur l'entreprise	
Avec Ad Studio,	Nom de l'entreprise 🕥	
aites entendre	Elephants d'Asie	
aites entendre	Elephants d'Asie	
aites entendre otre message.	Elephants d'Asie Type d'entreprise Agence publicitaire	
aites entendre otre message. stify simplifie	Elephants d'Asie Type d'entreprise Agence publicitaire	
aites entendre otre message. blicitaire en guelques a rivez-vous et lancez-vous nous vous et lancez-vous nous vous et lancez-vous nous vous et lancez-vous	Elephants d'Asie Type d'entreprise Agence publicitaire  Secteur ①	
aites entendre otre message. Indify simplifie iblicitaire en refer vos an	Elephants d'Asie Type d'entreprise Agence publicitaire Secteur  Voyage et loisirs V	

Informations de connexion et sur l'entreprise.

J'arrive ensuite sur Ad Studio, où je peux créer et gérer des annonces avec un budget de minimum 250 dollars.



Arrivée dans Ad Studio et possibilité de créer une annonce.

Puis, je renseigne toutes les informations sur la campagne que je veux concevoir, en indiquant surtout que mon budget est de 3'000 dollars (ce qui correspond à environ 2'700 CHF), la plage de diffusion de ma publicité (du 2 au 12 août 2021) et les critères de ciblage de ma publicité dans le groupe d'annonces (localisation à Genève et Vaud, tous âges, sexes et plateformes et intérêt pour les voyages, l'actualité, l'éducation et la culture et société).

Spotify Ad Studio Elephanta d'Asie			×
	Promotion de marque         Promotion : Journée mondiale de l'éléphant         aút 2, 2021-août 12, 2021 · Budget : \$3,000.00         GROUPE D'ANNONCES         ANNONCE         Emplacements         Canton de Vaud; Canton de Genève         Âge         13 - 65+         Sexe         Tous         Intérêts         Voyages, Actualités, Éducation, Culture et société         Plateformes         IOS ((Phone/iPad), Android, Ordinateur	^	
PRÉCÉDENT			

Promotion de la marque : critères de ciblages dans le groupe d'annonces.

Avec ces critères, on m'estime que les impressions estimées se situent entre 140'000 et 150'000 (pour 0,020 dollars par impression) et que la portée estimée serait de 26'000 à 30'000 utilisateurs uniques, qui entendraient au moins une fois ma publicité.



Probabilité d'exploitation du budget : impressions et portée estimées.

Je crée également un visuel pour ma publicité audio, le fameux carré display de 640x640 pixels :



Carré display de la publicité.

Enfin, je renseigne des informations autour de l'annonce, en partant du principe que j'aurais créé une piste audio de mon côté au lieu qu'avec les outils proposés par Spotify.

spotify Ad Studio Tephanta d'Asle		
	Promotion de marque Promotion : Journée mondiale de l'éléphant soût 2, 2021-soût 12, 2021 - Budget : \$3,000.00	
	GROUPE D'ANNONCES ANNONCE Bouton CTA	
	En savoir plus Langue du CTA	
	Français ( 11 France ) Type de piste audio	
	Charger URL de destination	
	https://elephantsdasie.ch Nom de l'annonceur	
	Éléphants d'Asie Accroche	
	Sur les traces de l'éléphant d'Asie	
PRÉCÉDENT		SOUMETTRE

Promotion de la marque : critères de l'annonce créée.

Voici l'aperçu de l'annonce avec toutes ces données renseignées :

Publicité Éléphants d'Asie: Sur les traces de l'éléphant d'Asie
Le 12 août, c'est la journée mondiale de l'éléphant !
k www.elephantsdasie.ch
EN SAVOIR PLUS
M (II) M
M (II) M

Aperçu visuel de l'annonce.

En conclusion, il était difficile de trouver des chiffres concrets du prix de la diffusion d'une annonce sur Spotify. Il fallait suivre les étapes de création d'une campagne pour comprendre que Spotify s'adapte au budget maximum que l'on inscrit, ici de 3'000 dollars, et qu'il s'occupe de la publication selon nos critères de ciblage et dates de début et de fin donnés. En tant qu'annonceur, après avoir inscrit de tels critères, il ne nous reste plus qu'à mesurer la réussite de la campagne.

Nous pouvons partir du principe que le fonctionnement pourrait être sensiblement le même pour les deux autres plateformes, SoundCloud et Deezer, car là aussi aucun prix pour diffuser des campagnes publicitaires n'est explicitement indiqué.
#### Deux questions supplémentaires

1. Cette personne a aussi lu un article sur les possibilités de placer des publicités sur des plateformes de podcast et s'interroge sur cette option. Faire un résumé des points essentiels à considérer.

Actuellement, plus de 750'000 podcasts sont actifs. L'article développe 12 conseils pour trouver et sponsoriser un podcast :

- 1- Considérer la **démographie** de l'audience du podcast, pour voir leur âge/revenu/niveau d'éducation et cibler ceux qui seraient intéressés et qui auraient les moyens de payer les produits que l'on vend.
- 2- Comprendre le prix d'une publicité standard d'un podcast, en utilisant une formule :
  - a. Prix du sponsor d'un épisode = (Nombre de téléchargements par épisode / 1000) x CPM.
- 3- Trouver des **podcasts liés à ma marque** ou mon industrie, pour que l'audience trouve naturel d'avoir une publicité similaire au contenu du podcast et que cela attire leur attention.
- 4- Utiliser nos **concurrents** comme inspiration, pour identifier ce qu'ils font et comment s'en démarquer.
- 5- Acheter plusieurs publicités pour des petits shows plutôt qu'une seul pour des gros podcasts.
- 6- Diffuser sa publicité sur plusieurs podcasts dans **un seul et même network**, avec lequel il faut construire une relation. C'est mieux que de diffuser sa publicité sur un podcast dans plusieurs networks.
- 7- Être vigilant des **podcasteurs malhonnêtes** : faire attention aux chiffres, regarder les sites sur lesquels ils postent leurs podcasts, les chercher sur les réseaux sociaux, travailler avec un network crédible.
- 8- Considérer acheter un espace « back catalog », qui est la collection d'épisodes précédemment enregistrés d'un podcast, que l'audience réécoute et partage régulièrement si ces épisodes sont encore pertinents pendant une longue période. Il faut donc viser ces épisodes.
- 9- Déterminer quel type de promotion je veux : la publicité native (créée par la marque qui sponsorise le podcast), le contenu sponsorisé (payer la production du podcast pour créer du contenu à propos d'un sujet lié à mon industrie, puis les podcasteurs mentionnent ce sponsor et les produits proposés), l'interview payée (un expert d'une marque publicitaire est interviewé en échange d'argent de la part du sponsor), le placement de produit (les podcasteurs sont payés pour mentionner notre produit dans la discussion) et les publicités réponse directe (publicité native, comme un placement de produit, où le podcasteur lit un script et termine avec une incitation à faire quelque chose).
- 10- Acheter des spots publicitaires en ligne quand on a déjà un clip audio...
- 11- ... Ou **atteindre personnellement les podcasts** avec lesquels on veut collaborer. Cela demande plus de planification et de connexions avec le podcasteur.
- 12- Noter son progrès : comparer l'argent dépensé et l'argent de la publicité gagné, pour déterminer le ROI de notre campagne.

En conclusion, voici les trois plus grands conseils à retenir : trouver des podcasts similaires à ma marque, choisir une fréquence plutôt qu'une audience (donc investir dans des petits podcasts plutôt que des gros) et considérer travailler avec un network.

#### 2. Enfin, dire si je pense qu'une telle approche pourrait s'appliquer à mon projet et pourquoi.

Globalement, cette approche pourrait s'appliquer à mon projet, car la publicité audio sur Spotify semble englober non seulement la musique, mais aussi les podcasts. Cependant, je n'ai pas vraiment le contrôle de la diffusion de mon annonce, mise à part mes critères de ciblage. De ce fait, je ne peux pas choisir de la diffuser uniquement sur des podcasts et choisir spécifiquement ces derniers. J'imagine que je découvrirais tous les chiffres de diffusion sur des podcasts dans les résultats de la campagne, à la fin.

Laure-Hélène Revaclier

# Analyse bonus : SEOptimer

J'utilise une nouvelle fois l'outil SEOptimer, déjà utilisé pour le premier rapport, afin de calculer l'évolution de mon site web en l'espace d'un semestre.

2020-2021



Résultat 1<sup>er</sup> semestre (février 2021).



Résultat 2<sup>e</sup> semestre (mai 2021).

Je remarque globalement que ma note est passée de C+ à B-, avec une hausse de la note des réseaux sociaux (de F à C+) et de l'ergonomie (de B à A-). La performance reste médiocre à cause de la taille des médias de mon site, chose que je vais encore essayer d'améliorer. Autrement, je suis plutôt satisfaite des résultats et de l'évolution.

## Conclusion

En premier lieu, si je reprends le projet dans son ensemble, effectué depuis près d'un an, je ne peux qu'éprouver une grande fierté et satisfaction vis-à-vis du résultat obtenu.

En effet, ce projet m'a permis de découvrir tous les aspects techniques et de réflexion du travail de conception et de promotion d'un site web – aspects dont je n'avais, pour la majorité, aucune idée de l'existence et de l'importance auparavant (je pense notamment aux balises Google Tag Manager et aux campagnes Display et SEA). Cela pourra sans aucun doute m'être très utile dans le futur, si je viens à créer d'autres sites web et à les promouvoir.

Dans la conclusion du premier rapport, j'ai majoritairement parlé du fait d'avoir passé beaucoup de temps à créer le site et à effectuer chaque étape pour développer le projet. Cela s'est moins ressenti pour ce deuxième rapport, bien qu'il m'ait quand même fallu un certain temps pour à nouveau comprendre et effectuer chaque étape comme demandé. J'explique ce ressenti par le fait que le site et son contenu aient déjà été créés, ce qui m'a drastiquement réduit le temps passé sur ce projet (comparé au premier semestre où je partais de zéro), mais aussi par le fait que je me soie forcée à travailler dès le début du semestre afin de ne pas avoir à tout faire quelques semaines avant la fin du temps imparti. Le fait d'étaler le travail l'a, de ce fait, rendu moins conséquent et pénible à faire.

Ainsi, je trouve que le rapport qualité-temps était convenable et, dans l'ensemble, je suis fière du résultat obtenu, entre la création du site web, la mise en place de métriques pour calculer et analyser les comportements de l'audience et la création de réseaux sociaux et de campagnes fictives. Tout est interconnecté de près ou de loin, ce qui fait qu'un site web est le cœur d'un véritable écosystème, très intéressant à décomposer et analyser !

### Sources

- Infomaniak
- WordPress
- Sur les traces de l'éléphant d'Asie : <u>https://elephantsdasie.ch</u>
- Microsoft Clarity
- Google Data Studio
- Google Search Console : <u>https://search.google.com/u/1/search-console/performance/search-analytics?resource\_id=https://elephantsdasie.ch/&num\_of\_days=28</u>
- Google Analytics : <u>https://analytics.google.com/analytics/web/?authuser=laureh.rev%40gmail.com#/report/visitors-overview/a187470024w259018748p235870698/</u>
- Canva
- Godlbach : <u>https://publishing.goldbach.com/fr/marques</u>
- Watson : <u>https://www.watson.ch/commercialisation</u>
- CURLs : <u>https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/</u>
- Tribune de Genève : <u>https://www.tdg.ch/la-tribune-voit-son-lectorat-bondir-de-44-761791818811</u>
- Falcon.io : <u>https://www.falcon.io/insights-hub/topics/social-media-management/social-media-images-guides/</u>
- Facebook
- Instagram
- Site web de mon binôme : <u>https://justbikeit.ch/</u>
- Twitter
- Hootsuite : <u>https://hootsuite.com/dashboard#/streams</u>
- Canva : <u>https://www.canva.com/learn/instagram-ads/</u>
- Audience Insights : <a href="https://www.facebook.com/ads/audience-insights/people?act=177738467543368&age=18-&city=310571&interests=6002868021822-6003359996821-6003430696269-6003902462066&language=1003&not">https://www.facebook.com/ads/audience-insights/people?act=177738467543368&age=18-&city=310571&interests=6002868021822-6003359996821-6003430696269-6003902462066&language=1003&not</a> page=106622684908176
- Facebook for Business
  - o <u>https://www.facebook.com/business/ads-guide/image/instagram-feed/traffic</u>
  - o <u>https://www.facebook.com/business/help/742478679120153?id=1205376682832142</u>
  - o https://www.facebook.com/business/help/1021909254506499
- Facebook Pixel : <u>https://www.facebook.com/events\_manager2/list/pixel/107628658072670/overview?act=177738467</u> <u>543368</u>
- Spotify : <u>https://ads.spotify.com/fr-FR/solutions-publicitaires/audio-ads-specs/</u>
- Spotify Ads Studio : <u>https://adstudio.spotify.com/account/8147f826-1a4e-4f00-b06a-</u> 794a01c0eb46/dashboard/campaigns?campaign-limit=20&campaign-offset=0&lang=en
- Support du cours Marketing Digital 2, semestre de printemps 2020-2021