

Benchmark KPI des plateformes publicitaires

Google Ads, Facebook,
Instagram, TikTok, LinkedIn,
YouTube

Édition Septembre 2026



Table des matières

03

KPI

définition des
KPI principaux

08

GOOGLE ADS

benchmark
et moyenne

14

FACEBOOK ADS

benchmark
et moyenne

19

INSTAGRAM ADS

benchmark
et moyenne

24

TIKTOK ADS

benchmark
et moyenne

29

LINKEDIN ADS

benchmark
et moyenne

34

YOUTUBE ADS

benchmark
et moyenne

39

IMPACT IA

en 2026

42

SOURCES

bibliographie

4

ENABLERS

qui nous
sommes

48

CONTACT

nos points
de contact



KPI

définition des KPI principaux



KPI – KEY PERFORMANCE INDICATOR

Les définitions

CPM

(Coût Pour Mille)

Définition

Coût pour 1 000 impressions (affichages) d'une publicité.

Usage

Utilisé principalement pour mesurer l'efficacité des campagnes de notoriété ou d'affichage.

Formule

$$\text{CPM} = (\text{Coût de la campagne} / \text{Nombre d'impressions}) \times 1\,000$$

CPC

(Coût Par Clic)

Définition

Coût payé à chaque clic sur une publicité.

Usage

Indicateur central pour les campagnes à la performance (SEA, social ads) où l'objectif est d'attirer du trafic.

Formule

$$\text{CPC} = (\text{Coût de la campagne} / \text{Nombre de clics})$$

KPI – KEY PERFORMANCE INDICATOR

Les définitions

Taux de clic ou CTR (Click Through Rate)

Définition

Pourcentage de contacts qui cliquent sur une publicité ou un lien par rapport au nombre d'impressions.

Usage

Mesure l'attractivité et la pertinence du binôme messages/visuels constituant l'annonce affichée à l'utilisateur.

Formule

$$\text{CTR} = (\text{Nombre de clics} / \text{Nombre d'impressions}) \times 100$$

Taux de transformation

(ou taux de conversion ou encore CVR pour Conversion Rate)

Définition

Pourcentage de visiteurs qui réalisent l'action attendue (achat, inscription, téléchargement, etc.) après avoir cliqué.

Usage

Évalue l'efficacité du site ou de la landing page à convertir le trafic en résultats.

Formule

$$\text{Taux de transformation} = (\text{Nombre de conversions} / \text{Nombre de visites}) \times 100$$

KPI – KEY PERFORMANCE INDICATOR

Les définitions

CPA ou CAC

(Coût Par Acquisition ou Coût d'Acquisition Client)

Définition

Montant moyen dépensé pour acquérir une conversion (nouveau client, lead, inscription newsletter, etc.).

Usage

Évalue le coût moyen pour recueillir une conversion sur le canal concerné.

Formule

$$\text{CAC} = \text{Budget engagé} / \text{Nombre de conversions générées}$$

ROI ou ROAS

(Return On Investment ou Return On Ad Spend)

Définition

Chiffre d'affaires généré pour un euro investi.

Usage

Mesure la rentabilité de l'action marketing.

Formule

$$\text{ROAS} = \text{Chiffre d'affaires généré} / \text{Budget engagé}$$

KPI – KEY PERFORMANCE INDICATOR

Les benchmarks

Les benchmarks sont des repères utiles, et non des objectifs fixes. Votre entreprise, votre audience et votre offre sont uniques. Et leurs performances dépendent de nombreux facteurs tels que le ciblage, la qualité des publicités et l'expérience utilisateur sur le site web.

Cependant, en comparant vos indicateurs aux moyennes du secteur, vous pouvez identifier vos points faibles ou surperformants et ajuster vos campagnes en conséquence.

Quoi faire ?

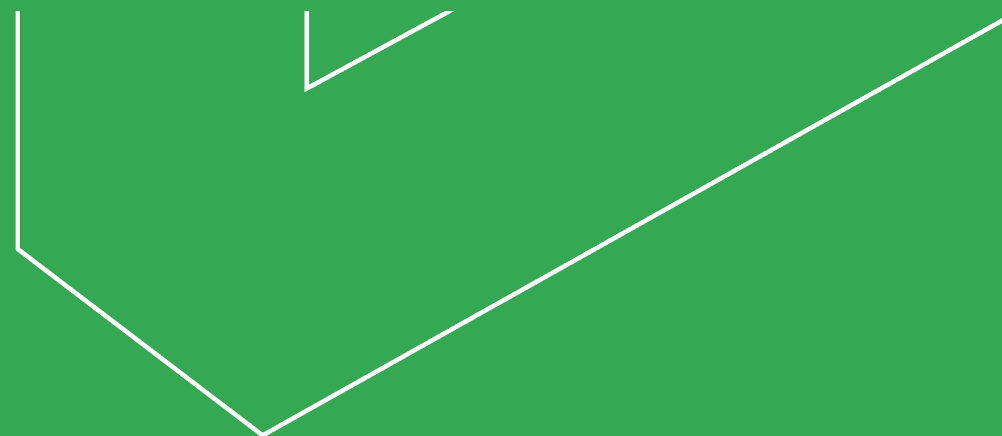
- **Faible taux de clic ?** Testez de nouveaux angles créatifs, des accroches plus percutantes ou différents formats. Ou alors, travaillez encore vos audiences pour toucher les meilleures cibles.
- **CPC élevé ?** Retravaillez votre ciblage ou améliorez la pertinence de vos publicités / vos messages. Tentez aussi de baisser vos achats d'impressions.
- **Faible taux de conversion ?** Optimisez votre page de destination ou redéfinissez votre offre.
- **CPA élevé ?** Auditez l'intégralité du parcours : publicité > clic > page d'atterrissage > paiement. Optimisez chaque étape.

Et si vous dépassez les benchmarks, félicitations ! C'est le moment de délivrer encore plus ! :)



GOOGLE ADS

benchmark et moyenne



BENCHMARK GOOGLE ADS

KPIs moyens – Réseau de recherche



6,64 %

CTR

*tous secteurs
confondus*

2,64 €

CPC

*tous secteurs
confondus*

4,37 %

**Taux de
conversion**

*tous secteurs
confondus*

58,2 €

**Coût par
conversion**

*tous secteurs
confondus*

BENCHMARK GOOGLE ADS

Ce qui a changé depuis l'édition 2025



CTR

2025 : 6,66 %

2026 : 6,64 %

▼ -0,3 %

CPC

2025 : 2,56 €

2026 : 2,64 €

▲ +3,1 %

Taux de conversion

2025 : 4,01 %

2026 : 4,37 %

▲ +9,0 %

Coût par conversion

2025 : 61,3 €

2026 : 58,2 €

▼ -5,0 %

À retenir : le coût par conversion diminue alors que le clic continue de se renchérir : l'automatisation convertit mieux qu'elle n'achète cher. Le CPC n'est pas le bon indicateur de pilotage : un clic 3 % plus cher qui convertit 9 % mieux fait mécaniquement baisser le coût d'acquisition. À budget constant, l'arbitrage se joue aussi sur la page de destination et sur la qualité du signal de conversion.

BENCHMARK GOOGLE ADS

KPIs moyens – Annonces Search (Réseau de recherche)



Secteur	CTR moyen	CPC moyen	CVR moyen	CPA moyen
Art & musique	NC	NC	NC	NC
Automobile	8,3 %	2,18 €	6,0 %	35 €
E-commerce	NC	NC	NC	NC
Éducation	7,6 %	4,31 €	8,5 %	77 €
Finance & assurance	7,4 %	3,39 €	3,3 %	74 €
Immobilier	7,6 %	1,63 €	3,5 %	103 €
Maison & jardin	NC	NC	NC	NC

Secteur	CTR moyen	CPC moyen	CVR moyen	CPA moyen
Mode & habillement	6,6 %	2,86 €	1,9 %	47 €
Santé & médical	5,8 %	4,39 €	6,9 %	67 €
Services à domicile	5,8 %	6,89 €	8,2 %	91 €
Services B2B	6,1 %	5,75 €	4,8 %	94 €
Services juridiques	5,8 %	9,68 €	5,6 %	90 €
Technologie	NC	NC	NC	NC
Voyages & hôtellerie	9,3 %	1,72 €	4,7 %	45 €

BENCHMARK GOOGLE ADS

KPIs moyens – Annonces Display



Secteur	CTR moyen	CPC moyen	CVR moyen	CPA moyen
Art & musique	NC	NC	NC	NC
Automobile	0,60 %	0,55 €	1,3 %	20 €
E-commerce	0,54 %	0,42 €	0,6 %	56 €
Éducation	0,56 %	0,44 €	0,5 %	122 €
Finance & assurance	0,55 %	0,81 €	1,3 %	48 €
Immobilier	1,14 %	0,71 €	0,9 %	64 €
Maison & jardin	NC	NC	NC	NC

Secteur	CTR moyen	CPC moyen	CVR moyen	CPA moyen
Mode & habillement	NC	NC	NC	NC
Santé & médical	0,63 %	0,59 €	0,9 %	62 €
Services à domicile	NC	NC	NC	NC
Services B2B	0,49 %	0,75 €	0,9 %	111 €
Services juridiques	0,63 %	0,68 €	1,9 %	34 €
Technologie	0,41 %	0,49 €	1,0 %	88 €
Voyages & hôtellerie	0,50 %	0,42 €	0,5 %	84 €

BENCHMARK GOOGLE ADS

KPIs moyens – Annonces Shopping



Secteur	CTR moyen	CPC moyen	CVR moyen	CPA moyen
Art & musique	0,80 %	0,32 €	1,9 %	16 €
Automobile	1,26 %	0,52 €	1,4 %	46 €
E-commerce	NC	NC	NC	NC
Éducation	NC	NC	NC	NC
Finance & assurance	NC	NC	NC	NC
Immobilier	NC	NC	NC	NC
Maison & jardin	0,95 %	0,55 €	1,4 %	49 €

Secteur	CTR moyen	CPC moyen	CVR moyen	CPA moyen
Mode & habillement	0,80 %	0,64 €	2,9 %	16 €
Santé & médical	0,78 %	0,81 €	3,0 %	30 €
Services à domicile	NC	NC	NC	NC
Services B2B	NC	NC	NC	NC
Services juridiques	NC	NC	NC	NC
Technologie	0,58 %	0,83 €	2,4 %	63 €
Voyages & hôtellerie	NC	NC	NC	NC



FACEBOOK ADS

benchmark et moyenne



BENCHMARK FACEBOOK ADS

KPIs moyens



7,7 €

CPM

*tous secteurs
confondus*

1,40 %

CTR

*tous secteurs
confondus*

0,59 €

CPC

*tous secteurs
confondus*

7,2 %

**Taux de
conversion**

*tous secteurs
confondus*

8,2 €

**Coût par
conversion**

*tous secteurs
confondus*

BENCHMARK FACEBOOK ADS

Ce qui a changé depuis l'édition 2025



CPM

2025 : 7,0 €

2026 : 7,7 €

▲ +10,0 %

CTR

2025 : 1,30 %

2026 : 1,40 %

▲ +7,7 %

CPC

2025 : 0,53 €

2026 : 0,59 €

▲ +11,3 %

Taux de conversion

2025 : 7,8 %

2026 : 7,2 %

▼ -7,7 %

Coût par conversion

2025 : 6,8 €

2026 : 8,2 €

▲ +20,6 %

À retenir : l'inventaire se renchérit sur tous les indicateurs de coût : le gain doit être recherché sur les créations et la page de destination, et non pas que sur l'achat média. La combinaison est défavorable : le clic coûte 11 % plus cher et convertit 8 % moins bien, ce qui suffit à expliquer les 21 % de hausse du coût par conversion. Le CTR progresse malgré tout : l'optimisation se travaille après le clic, pas dans l'annonce.

BENCHMARK FACEBOOK ADS

KPIs moyens – CTR, CPC, CVR & CPA moyens par secteur



Secteur	CTR moyen	CPC moyen	CVR moyen	CPA moyen
Amélioration de l'habitat	1,36 %	0,85 €	6,1 %	44 €
Animaux & animaux domestiques	2,02 %	0,57 €	NC	NC
Arts & divertissement	2,80 %	0,42 €	NC	NC
Automobile	1,10 %	0,77 €	4,7 %	43 €
Carrière & emploi	1,52 %	0,65 €	10,8 %	22 €
Commerce de détail	1,80 %	0,67 €	3,0 %	21 €
Éducation	1,31 %	0,74 €	12,5 %	8 €
Finance & assurance	0,92 %	1,02 €	8,4 %	40 €

Secteur	CTR moyen	CPC moyen	CVR moyen	CPA moyen
Immobilier	2,81 %	0,63 €	9,8 %	17 €
Mode & habillement	1,23 %	1,04 €	3,8 %	11 €
Restaurants & alimentation	2,37 %	0,50 €	NC	NC
Santé & médical	1,63 %	0,91 €	13,2 %	13 €
Services à domicile	1,48 %	0,79 €	9,1 %	30 €
Services B2B	1,25 %	0,81 €	9,8 %	24 €
Services juridiques	1,07 %	1,05 €	5,2 %	28 €
Technologie	NC	NC	2,1 %	54 €
Voyages & hôtellerie	2,38 %	0,41 €	2,6 %	22 €

BENCHMARK FACEBOOK ADS

KPIs moyens – CTR par emplacement Facebook



Emplacement	CTR moyen	Remarques
Fil d'actualité Facebook	1,45 %	Équilibre engagement-conversions
Stories Facebook	1,30 %	Portée mobile peu coûteuse
Reels Facebook	1,55 %	Forte portée, coût bas, idéal pour vidéos courtes
Audience Network	0,85 %	CPM très bas, attention à la qualité des leads



INSTAGRAM ADS

benchmark et moyenne



BENCHMARK INSTAGRAM ADS

KPIs moyens



7,7 €

CPM

*tous secteurs
confondus*

1,40 %

CTR

*tous secteurs
confondus*

0,55 €

CPC

*tous secteurs
confondus*

2,9 %

**Taux de
conversion**

*tous secteurs
confondus*

19,0 €

**Coût par
conversion**

*tous secteurs
confondus*

BENCHMARK INSTAGRAM ADS

Ce qui a changé depuis l'édition 2025



CPM

2025 : 7,0 €

2026 : 7,7 €

▲ +10,0 %

CTR

2025 : 0,79 %

2026 : 1,40 %

▲ +77,2 %

CPC

2025 : 0,89 €

2026 : 0,55 €

▼ -38,2 %

Taux de conversion

2025 : 3,1 %

2026 : 2,9 %

▼ -6,5 %

Coût par conversion

2025 : 28,7 €

2026 : 19,0 €

▼ -33,8 %

À retenir : le CTR bondit de 77 %, porté par la bascule vers la vidéo verticale ; c'est la plus forte progression du panel. Elle suffit à faire chuter le coût du clic de 38 % malgré un CPM en hausse de 10 %, et le coût par conversion recule d'un tiers, la plus forte baisse du benchmark. Vigilance toutefois : le taux de conversion perd 6,5 %, le trafic gagné est donc moins mûr et se retravaille en aval. À inventaire Meta identique et à CTR égal, Instagram convertit 2,5 fois moins bien que Facebook.

BENCHMARK INSTAGRAM ADS

KPIs moyens – CTR & CPC moyens par secteur et par emplacement



Secteur	CTR Feed	CTR Stories	CTR Reels	CPC Feed	CPC Stories	CPC Reels	CVR moyen	CPA moyen
Amélioration de l'habitat	0,73 %	1,04 %	1,15 %	1,07 €	0,61 €	0,68 €	NC	NC
E-commerce	1,67 %	2,37 %	2,64 %	0,66 €	0,39 €	0,48 €	2,2 %	38 €
Éducation	0,77 %	1,09 %	1,22 %	0,74 €	0,39 €	0,52 €	8,0 %	31 €
Finance & assurance	0,59 %	0,84 %	0,93 %	1,01 €	0,58 €	0,76 €	6,0 %	37 €
Immobilier	1,04 %	1,48 %	1,64 %	0,63 €	0,34 €	0,42 €	9,1 %	13 €
Santé & médical	1,22 %	1,73 %	1,93 %	1,03 €	0,59 €	0,77 €	5,5 %	64 €
Services B2B	0,82 %	1,16 %	1,30 %	0,80 €	0,48 €	0,57 €	7,8 %	17 €
Services juridiques	1,69 %	2,40 %	2,67 %	1,04 €	0,58 €	0,76 €	7,1 %	103 €
Voyages & hôtellerie	0,95 %	1,35 %	1,50 %	0,41 €	0,24 €	0,28 €	2,6 %	22 €

BENCHMARK INSTAGRAM ADS

KPIs moyens – CTR moyens par emplacement



Emplacement	CTR moyen	Points clés
Feed	1,10 %	Première visibilité, trafic à forte intention.
Stories	1,56 %	Idéal pour le mobile, CPC souvent plus bas.
Reels	1,74 %	Meilleur CTR et meilleur ROAS.
Explore	1,20 %	Format pertinent pour la découverte.



TIKTOK ADS

benchmark et moyenne



BENCHMARK TIKTOK ADS

KPIs moyens



8,3 €

CPM

*tous secteurs
confondus*

0,46 %

CTR

*tous secteurs
confondus*

2,04 €

CPC

*tous secteurs
confondus*

0,7 %

**Taux de
conversion**

*tous secteurs
confondus*

253 €

**Coût par
conversion**

*tous secteurs
confondus*

BENCHMARK TIKTOK ADS

Ce qui a changé depuis l'édition 2025



CPM

2025 : 7,5 €

2026 : 8,3 €

▲ +10,7 %

CTR

2025 : 0,40 %

2026 : 0,46 %

▲ +15,0 %

CPC

2025 : 1,87 €

2026 : 2,04 €

▲ +9,1 %

Taux de conversion

2025 : 0,6 %

2026 : 0,7 %

▲ +16,7 %

Coût par conversion

2025 : 312 €

2026 : 253 €

▼ -18,9 %

À retenir : des clics plus chers, mais un coût par conversion en forte baisse : l'intégration TikTok Shop raccourcit le parcours d'achat et améliore en conséquence les KPI de transformation. C'est, avec LinkedIn, l'une des deux seules plateformes du panel où le CTR et le taux de conversion progressent en même temps que les coûts média, et la seule où cela suffit à faire baisser le coût par conversion. Le CPA reste le plus élevé du benchmark, à 253 €. TikTok se justifie sur des paniers moyens élevés, de l'engagement ou une logique de conquête, pas sur du volume à coût serré.

BENCHMARK TIKTOK ADS

KPIs moyens – CPM, CPC, CTR, CVR et CPA par secteur



Secteur	CPM moyen	CTR moyen	CPC moyen	CVR moyen	CPA moyen
Alimentation & boissons	7,43 €	0,48 %	1,74 €	0,8 %	181 €
Beauté & skincare	7,61 €	0,44 %	1,98 €	0,7 %	245 €
Finance & assurance	10,47 €	0,46 %	2,82 €	0,5 %	526 €
Retail & e-commerce	8,57 €	0,53 %	1,84 €	0,7 %	228 €
Tech & gadgets	9,04 €	0,44 %	2,35 €	0,6 %	351 €
Voyages & tourisme	7,33 €	0,46 %	1,79 €	0,6 %	266 €

BENCHMARK TIKTOK ADS

KPIs moyens – CPM, CPC, CTR, CVR et CPA par format



Format	CPM moyen	CTR moyen	CPC moyen	CVR moyen	CPA moyen
In-Feed Video Ads	8,22 €	0,36 %	2,29 €	0,7 %	284 €
Spark Ads	3,81 €	0,33 %	1,14 €	0,8 %	122 €
TopView	9,52 €	3,28 %	0,29 €	0,1 %	219 €
Brand Takeover	6,36 €	1,48 %	0,43 €	0,2 %	158 €
Branded Hashtag Challenge	—	1,60 %	—	—	—



LINKEDIN ADS

benchmark et moyenne



BENCHMARK LINKEDIN ADS

KPIs moyens



28 €

CPM

*tous secteurs
confondus*

0,54 %

CTR

*tous secteurs
confondus*

4,25 €

CPC

*tous secteurs
confondus*

4,59 %

**Taux de
conversion**

*tous secteurs
confondus*

98,2 €

**Coût
par lead**

*tous secteurs
confondus*

BENCHMARK LINKEDIN ADS

Ce qui a changé depuis l'édition 2025



CPM

2025 : 25 €

2026 : 28 €

▲ +12,0 %

CTR

2025 : 0,50 %

2026 : 0,54 %

▲ +8,0 %

CPC

2025 : 3,90 €

2026 : 4,25 €

▲ +9,0 %

Taux de conversion

2025 : 4,29 %

2026 : 4,59 %

▲ +7,0 %

Coût par lead

2025 : 90,9 €

2026 : 98,2 €

▲ +8,0 %

À retenir : la hausse est uniforme, entre +7 % et +12 % sur les cinq indicateurs. Les gains de performance sont pourtant réels. Le CTR augmente de 8 % et le taux de conversion de 7 % mais ils n'absorbent pas les 12 % de hausse du CPM. Par conséquent, le coût par lead progresse de 8 %. Les Lead Gen Forms restent le format le mieux placé, avec 9 % de taux de conversion contre 6 % au Sponsored Content (voir slides suivantes). Avec un CPC sept fois supérieur à celui de Meta, LinkedIn se jure à la transformation commerciale en aval, pas au volume de leads.

BENCHMARK LINKEDIN ADS

KPIs moyens – CPM, CPC, CTR, CVR et CPL (Cost Per Lead) par secteur



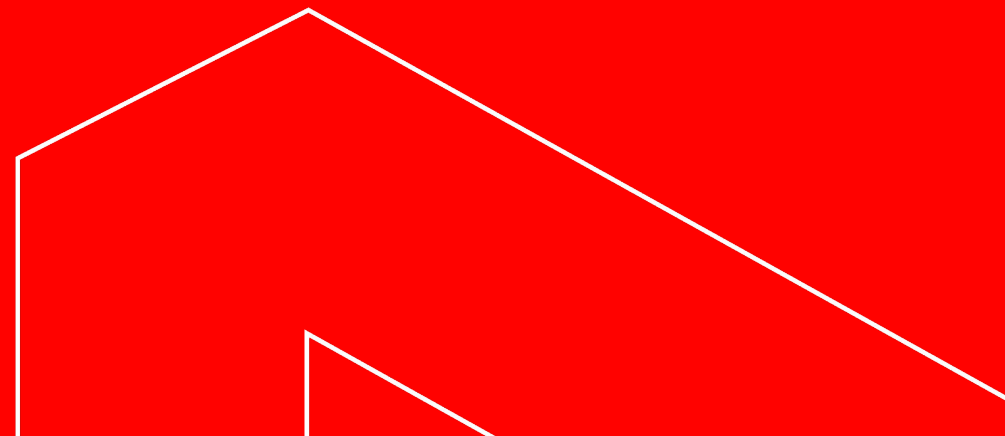
Secteur (B2B)	CPM moyen	CTR moyen	CPC moyen	CVR moyen	CPL moyen
Éducation	28 €	0,45 %	3,78 €	3 %	59 €
Finance & Assurance	19 €	0,58 %	2,59 €	5 %	103 €
Marketing & Agences	29 €	0,57 %	4,25 €	3 %	97 €
SaaS / Logiciel	35 €	0,46 %	6,14 €	3 %	92 €
Santé	37 €	0,63 %	5,67 €	4 %	119 €
Services aux entreprises	31 €	0,54 %	4,25 €	3 %	56 €

BENCHMARK LINKEDIN ADS

KPIs moyens – CPM, CPC, CTR et CVR par format

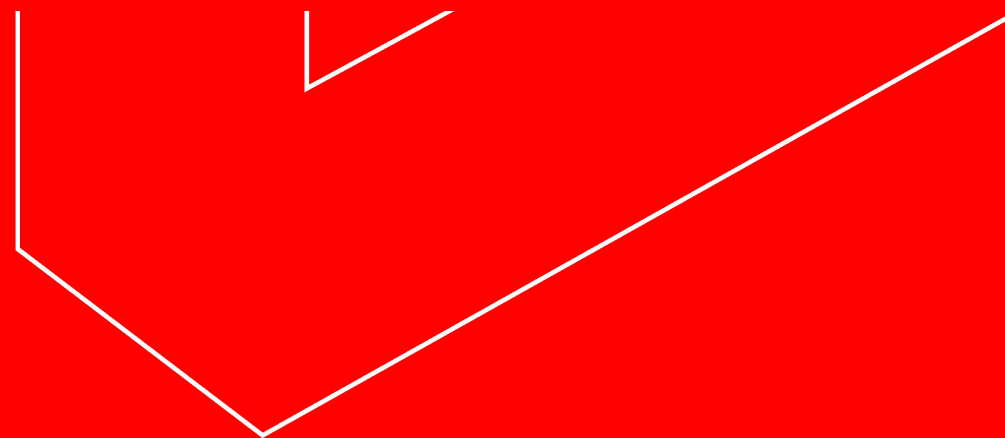


Format	CPM	CTR	CPC	CVR
Sponsored Content	30,01 €	0,59 %	5,52 €	6 % (formulaire)
Vidéo Ads	31,47 €	0,43 %	7,65 €	3 %
Lead Gen Forms	35,49 €	0,54 %	6,04 €	9 %
Message Ads (InMail)	—	3 %	0,70 € par envoi	5 %
Text Ads	18,66 €	0,38 %	4,98 €	NC



YOUTUBE ADS

benchmark et moyenne



BENCHMARK YOUTUBE ADS

KPIs moyens



3,51 €

CPM

*tous secteurs
confondus*

0,39 %

CTR

*tous secteurs
confondus*

0,99 €

CPC

*tous secteurs
confondus*

31,9 %

Taux

de vue

*tous secteurs
confondus*

0,06 €

Coût

par vue

*tous secteurs
confondus*

BENCHMARK YOUTUBE ADS

Ce qui a changé depuis l'édition 2025



CPM

2025 : 3,25 €

2026 : 3,51 €

▲ +8,0 %

CTR

2025 : 0,35 %

2026 : 0,39 %

▲ +11,4 %

CPC

2025 : 0,92 €

2026 : 0,99 €

▲ +7,6 %

Taux de vue

2025 : 31,9 %

2026 : 31,9 %

stable

Coût par vue

2025 : 0,06 €

2026 : 0,06 €

stable

À retenir : les coûts progressent modérément et le taux de vue tient : YouTube reste le canal de couverture le moins cher du panel. Le taux de vue stable à près de 32 % malgré la hausse du CPM est le vrai signal : l'inventaire s'est renchéri sans se dégrader. À 3,51 € de CPM contre 7,70 € sur Meta et 28 € sur LinkedIn, l'arbitrage se fait sur la vue et sur la mémorisation, pas sur le clic.

BENCHMARK YOUTUBE ADS

KPIs moyens – CPM, CTR, taux de vue, CPV (Coût Par Vue) par secteur



Secteur	CPM moyen	CTR moyen	Taux de vue	CPV moyen
Automobile	2,71 €	0,72 %	35,4 %	0,08 €
Beauté & skincare	3,18 €	0,48 %	29,6 %	0,05 €
Divertissement	3,27 €	0,39 %	30,2 %	0,05 €
Éducation	3,46 €	0,62 %	35,4 %	0,05 €
Finance & assurance	3,08 €	0,44 %	33,1 %	0,06 €
Retail & e-commerce	2,99 €	0,92 %	15,7 %	0,06 €
Technologie	2,99 €	0,34 %	34,8 %	0,05 €
Voyages & tourisme	4,40 €	0,86 %	29,6 %	0,06 €

BENCHMARK YOUTUBE ADS

KPIs moyens – CTR, taux de complétion, Coût par format



Format	CTR moyen	Taux de complétion / vue	Coût moyen
Skippable In-Stream (TrueView)	0,61 %	30 % de vues	0,02 € CPV
Non-skippable 15 s	0,30 %	100 % de complétion	7,69 € CPM
Bumper 6 s	0,10 %	100 % de complétion	9,26 € CPM
In-Feed Video	NC	Clic pour regarder	0,10 € CPV
Shorts Ads	NC	Intégrées au feed	0,18 € CPV



IMPACT DE L'IA sur vos KPI 2026

IMPACT DE L'IA SUR VOS KPI

Ce que l'automatisation change, chiffres à l'appui

ADVANTAGE+ SHOPPING (META)

-32 %

de coût par acquisition
vs une configuration manuelle

CRÉATIONS GÉNÉRÉES PAR IA

+18 %

de taux de clic
vs des créations conçues manuellement

SMART BIDDING YOUTUBE

-22 %

de coût par acquisition
vs un CPV piloté à la main

TIKTOK SHOP

-19 %

de coût par conversion en un an,
avec un parcours d'achat raccourci

GOOGLE ADS – TAUX DE CONVERSION

+9 %

en un an, en hausse
sur 87 % des secteurs mesurés

LINKEDIN LEAD GEN FORMS

9 %

de taux de conversion,
soit 2x la moyenne de la plateforme

IMPACT DE L'IA SUR VOS KPI

Ce que cela implique pour vos campagnes

01

Laisser l'algorithme respirer

Volume de conversions et phase d'apprentissage non interrompue : multiplier les modifications détruit la performance.

02

Déplacer l'effort vers la créa

Le levier n'est pas que sur l'achat média mais également sur le nombre et la qualité des variantes créatives fournies à l'algorithme.

03

Fiabiliser le signal de conversion

Un suivi côté serveur fonctionnel et des conversions correctement valorisées conditionnent la qualité des enchères automatiques.

04

Garder la main sur l'exclusion

Listes d'exclusion, plages de diffusion, placements, etc. permettent de donner un cadre à l'algorithme et de garder le contrôle des campagnes.

À retenir : l'automatisation ne remplace pas le pilotage, elle le déplace de l'achat média vers la donnée et la création. Les quatre leviers ci-dessus sont ceux qui créent l'écart entre deux annonceurs qui utilisent pourtant la même plateforme. Le budget ne s'optimise pas qu'au niveau de l'enchère, mais également au niveau de ce que l'on donne à traiter au modèle (tracking, data remontées) et aux humains (créations, angles des messages).



SOURCES bibliographie

SOURCES

Sources	URL
WordStream	https://www.wordstream.com
eMarketer	https://www.emarketer.com
B2B House	https://www.theb2bhouse.com
Cropink	https://cropink.com/ppc-statistics
Tinuiti	https://tinuiti.com/research-insights/research
LocaliQ	https://localiq.com/blog/search-advertising-benchmarks
WebFX	https://www.webfx.com/blog/ppc/google-ads-benchmarks
Improvado	https://improvado.io/blog/social-media-benchmarking



ENABLERS

qui nous sommes



LE MEILLEUR EST À VENIR

Partenaire de votre réussite digitale

AGENCE



L'activation digitale des marques ambitieuses
Conception & pilotage de campagnes de marketing digital sur mesure.

[Découvrir](#)



Studio de performance créative
Production d'assets digitaux impactants au service des performances.

[Découvrir](#)



Le Meilleur est à Venir

1 Groupe, 3 Marques
Transformation digitale

[Découvrir](#)

FORMATION



Organisme de formation reconnu
Parcours pratiques, concrets et orientés métiers du digital.

[Découvrir](#)



Portail officiel des certifications éditeurs
Préparation aux certifications Microsoft, Meta, Adobe, Cisco, Apple, PMI...

[Découvrir](#)



Le Meilleur est à Venir

Notre signature

#NoBullshit

nous allons droit au but, avec transparence, simplicité et honnêteté. Pas de jargon inutile, pas de promesse creuse.

#Perform

nous sommes obsédés par les résultats. Nos expertises visent toutes la performance concrète, mesurable et durable.

#Enjoy

nous croyons qu'on travaille mieux dans le plaisir, la confiance et l'enthousiasme. Pour nous, transformation rime aussi avec motivation.

NOS CLIENTS





#NoBullshit
#Perform
#Enjoy

 enablers.io

 infos@enablers.io

 01 83 62 55 08



Partenaire de votre réussite digitale