

Comment commencer à faire de la publicité sur ebay ?

Avant d'utiliser un service de publicité, essayez d'identifier vos objectifs commerciaux et de définir les résultats que vous attendez de l'utilisation de la technologie publicitaire. Nous vous conseillons ici sur la manière de configurer vos paramètres initiaux et sur les indicateurs clés que vous devez suivre de près pour comprendre le succès de vos annonces.

DICTIONNAIRE

Impressions - c'est quand un utilisateur voit une publicité. En pratique, une impression se produit chaque fois qu'un utilisateur ouvre une application ou un site web et qu'une publicité est visible.

ACOS (Advertising Cost of Sales) - c'est un indicateur utilisé pour mesurer les campagnes publicitaires basées sur un modèle de coût par clic ou "pay-per-click" (PPC). Il compare le montant dépensé pour les campagnes PPC au montant gagné.

CTR - Le taux de clics est le rapport entre le nombre de clics sur un lien spécifique et le nombre de fois qu'une page, un courriel ou une publicité est affiché.

Le **ROAS (Return On Advertising Spend)** est un indicateur marketing qui mesure l'efficacité d'une campagne de publicité numérique.

Objectif commercial	Objectif	Métriques clés à surveiller	Modèle de publicité et conseils utiles
Modéré Découverte et notoriété de la marque 	Cultivez la confiance auprès d'un nouveau public d'acheteurs potentiels afin d'élargir votre clientèle.	Impressions	Annonces Sponsorisées Standard Maintenez vos dépenses publicitaires à un niveau bas. Cette approche est la plus appropriée pour les produits à faible marge ou pour les produits de niche avec une petite concurrence. Taux Publicitaire moyen < 4%
Croissance Augmentation du trafic et de la visibilité 	Créez des publicités captivantes pour attirer les clients prêts à faire des achats.	Impressions Clics CTR ROAS ACOS	Annonces Sponsorisées Standard Annonces Sponsorisées Avancées Ne restez pas à la traîne des tendances du marché et maintenez vos dépenses publicitaires au même niveau que vos concurrents afin d'augmenter votre chiffre d'affaires. Taux Publicitaire moyen < 8 Budget journalier moyen > 10 ACOS cible = 10%
Booster Sales conversion 	Interagissez avec les clients qui montrent une forte intention d'achat et faites-les éventuellement passer d'une phase de réflexion à la conclusion d'une transaction.	ROAS ACOS Augmentation globale Ventes totales	Annonces Sponsorisées Standard Annonces Sponsorisées Avancées Démarquez-vous et battez les offres de vos concurrents pour tirer le meilleur parti de la publicité. Cette approche est conseillée pour ceux qui ont une marge élevée. Taux Publicitaire moyen < 15 Budget journalier moyen > 20 ACOS cible = 20%