



Annexe : les grands leviers digitaux

Organique (OWNED) :

- Optimisation du référencement naturel (SEO) par la publication de contenu additionnel ou l'acquisition de liens entrants

Payant (PAID) :

- Google AdWords (SEA), publication d'annonces sponsorisées sur la 1ère page de Google (CPC à 0,60€/clic en moyenne) [booster site PJ]
- Facebook Ads, publication d'annonces sur le fil d'actualité Facebook (CPC à 0,30€/clic en moyenne) [tract digital PJ]
- Display remarketing, diffusion de bannières auprès d'internautes ayant déjà visité le site d'un annonceur (CPC) [adhesive site PJ]
- Display programmatique, diffusion de bannières auprès de la bonne cible, identifiée grâce aux cookies (CPC) [adhesive search PJ]
- Display vidéo sur YouTube, diffusion d'une publicité vidéo avant le contenu que l'internaute souhaite consulter sur YouTube (CPM ou CPV)
- Native advertising, publicité qui s'harmonise avec le contenu éditorial sur lequel elle apparaît, généralement en bas d'un article (CPC à 0,50€)
- Affiliation, principe de commissionnement, l'annonceur paye l'éditeur sur la base d'une performance atteinte (vente CPA ou contact CPL)
- E-mailing, routage d'e-mails publicitaires (location de base forfaitaire)

Social (EARNED) :

- Animation d'une communauté sur les médias sociaux : Facebook, YouTube, Google +, Twitter, LinkedIn, Snapchat, Instagram, Pinterest

