



DAUPHIN TELECOM BUSINESS RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUE RESEAUX SOCIAUX ET WEB

Réseau Google :

1- Réduire légèrement la durée de la campagne, car en deça de 15€ par jour, nous risquons d'avoir peu de visibilité.

Recommandations : stopper la campagne du 27 juillet au 9 août, période propice aux vacances, afin de bénéficier d'un budget de 16€ par jour

2- Concentrer les efforts sur 1 placement à la fois, en les alternant sur toute la durée de la campagne

Campagne Google Display Responsive : ce type d'annonce combine visuels 1200 x 628 / visuels 1200 x 1200 / logo + vidéos

Attention, désormais (nouveau très récente), 5 visuels différents doivent être intégrés impérativement (avant, c'était « jusqu'à 5 visuels » mais aujourd'hui Google n'autorise plus le lancement de la campagne en deça).

Il nous faut donc idéalement 3 visuels différents déclinés dans les 2 formats (1200 x 628 et 1200 x 1200). Les différences peuvent être minimales si besoin. La vidéo hébergée sur Youtube pourra être intégrée.

Placement 1 par catégories de contenu / mots clefs —> les annonces sont placées sur des sites Web, applis et vidéo en rapport avec des mots clefs définis en rapport avec nos solutions

Placement 2 par type d'audience, misant sur les affinités potentielles avec nos services affinités avec nos solutions, mais aussi avec le monde de l'entreprise, des affaires...

Campagne Adwords Textuelle —> *reprise à la rentrée*

S'il est important de relancer les annonces textuelles sur le réseau de recherche qui nous permettent d'apparaître lorsqu'un utilisateur tape certaines expressions ou mots clefs, recommencer ces placements dans le cadre de ce budget ne ferait que diluer notre investissement. Nous recommandons de relancer ces placements à la rentrée, hors campagne.

Réseaux Facebook et LinkedIn :

Recommandations stratégiques alterner campagnes et présence au travers de l'animation des réseaux pour un budget maîtrisé

Mois 1 Facebook : Campagne Vidéo sur la 1^{ère} quinzaine —> Budget 150€ / Boost des publications 150€

Mois 1 LinkedIn : Campagne Vidéo sur la 1^{ère} quinzaine —> Budget 100€ Pas de boost des publications

Mois 2 Facebook : Campagne Visuels sur la 2^{ème} quinzaine —> Budget 150€ Boost des publications 150€

Mois 2 LinkedIn : Campagne Visuels sur la 2^{ème} quinzaine —> Budget 100€ Pas de boost des publications