

Types de médias payants \$\$

Le référencement payant et la publicité sur les médias sociaux sont des outils efficaces qui peuvent attirer l'attention des auditoires sur les contenus relatifs à la santé et au mieux-être. Pour qu'une campagne soit efficace, elle doit être bien conçue et bien gérée. Il faut prévoir des fonds suffisants pour obtenir des résultats mesurables.

facebook Ads

Les annonces sur Facebook et Instagram offrent une portée énorme, grâce à leur nombre combiné d'utilisateurs qui dépasse les 3,5 milliards. La plateforme publicitaire de Facebook offre aussi des options perfectionnées qui permettent aux publicités de cibler très précisément les auditoires selon l'âge, le lieu, les champs d'intérêt, la profession et le niveau d'éducation, et de s'adresser à ceux qui ont interagi avec un projet en ligne ailleurs, comme sur un site Web.



Advertising

Les publicités sur Twitter, comme celles de Facebook ou d'Instagram, s'affichent sous forme de publications dans le fil de nouvelles de l'utilisateur, mais elles offrent des avantages différents. Si un projet se rapporte à un sujet d'actualité, ou met en vedette une célébrité ou un influenceur de Twitter, les annonces sur Twitter peuvent être efficaces pour atteindre le bon auditoire.

YouTube Advertising

Les publicités sur YouTube ont des formes et des tailles variables. Les publicités prévidéo – celles qui précèdent une autre vidéo – sont un excellent moyen de présenter votre projet en même temps qu'un autre contenu pertinent. Les publicités sur YouTube sont idéales pour faire connaître un projet et présenter des vidéos (elles sont moins efficaces pour générer des clics vers un site Web).

L'affichage publicitaire est une méthode qui vise à pousser l'auditoire d'un site Web, d'une plateforme de médias sociaux ou d'un autre média numérique à entreprendre une action particulière. Cette option peut être coûteuse, mais si un auditoire précis fréquente un site Web particulier, les annonces publicitaires peuvent être extrêmement efficaces.

On parle de contenu commandité lorsqu'un site Web diffuse des nouvelles ou des articles payants dans son fil de publications habituel. Si le contenu est particulièrement bien écrit et correspond au ton du site Web en question, les lecteurs ne se rendent pas compte de l'arrangement et prennent le message pour un contenu éditorial. Bien qu'il s'agisse d'une option coûteuse, le contenu commandité peut être extrêmement efficace si le site Web en question s'adresse à un auditoire particulier.



Autres types de médias payants

Les médias payants se présentent sous de nombreuses formes. Des plateformes comme Pinterest et Reddit offrent des options publicitaires et peuvent aider un projet à atteindre des auditoires spécialisés. Les listes d'adresses courriel et le trafic des sites Web peuvent également être utilisés pour « recibler » les publicités vers des auditoires précis.