

Tableau récapitulatif des différents types de publicité sur Facebook

Type de publicité	Destination	Personnes ciblées	Avantages	Inconvénients
Promotion externe	url externe	Définition personnalisée de la cible (âge, sexe, intérêts...)	On fait directement la promotion du média (de l'événement, etc.) On peut personnaliser très précisément la cible	On ne peut pas savoir si le public ayant cliqué est « fidélisé »
Promotion d'une page Facebook	Page Facebook	Définition personnalisée de la cible (âge, sexe, intérêts...)	On gagne des « fans » pour sa page Facebook, qui peuvent ensuite recevoir nos publications	Tous les « fans » d'une page Facebook ne reçoivent pas ses publications
Amis aimant une page Facebook	Page Facebook	Amis des « fans » de notre page Facebook et définition personnalisée de la cible (âge, sexe, intérêts...)	Possibilité de « clic social » (les internautes cliquant parce qu'un de leurs amis aime la page) On gagne des « fans » pour sa page Facebook, qui peuvent ensuite recevoir nos publications	Tous les « fans » d'une page Facebook ne reçoivent pas ses publications
Promotion d'une publication d'une page Facebook	Publication sur la page Facebook (statut, photo, événement...)	Définition personnalisée de la cible (âge, sexe, intérêts...)	On peut cibler un événement ou un article particulièrement intéressant	On présente un article ou un événement mais pas le média qu'on veut promouvoir
Amis aimant une publication sur une page Facebook	Publication sur la page Facebook (statut, photo, événement...)	Amis des « fans » de notre page Facebook et définition personnalisée de la cible (âge, sexe, intérêts...)	Possibilité de « clic social » (les internautes cliquant parce qu'un de leurs amis aime la page) On peut cibler un événement ou un article particulièrement intéressant	On présente un article ou un événement mais pas le média qu'on veut promouvoir
Promotion d'actualité (possibilité de toucher une plus forte proportion des « fans » de sa page)	Publication sur la page Facebook (statut, photo, événement...)	« Fans » de notre page Facebook	Ciblant des personnes qui connaissent déjà notre média, la promotion d'actualité a un bon taux de clic Pertinent pour promouvoir un événement ou un article particulièrement important	La promotion ne touche que des personnes déjà « fans » de notre page

Tisserands – Septembre 2012
Marie Beuneu

Tableau récapitulatif des différents types de publicité sur Facebook