



ANALYSER



LOCALISER

**ENGAGER**

RÉPONDRE



TRACER

Types de médias payants

Les médias payants peuvent accélérer la portée, affiner le ciblage et soutenir les objectifs stratégiques lorsqu'ils sont bien utilisés. Pour les producteurs, ils font souvent partie d'une stratégie de diffusion plus large : lancement d'un documentaire, développement d'un auditoire pour une série ou test de créativité sur différentes plateformes.

Les campagnes payantes fonctionnent mieux lorsqu'elles ont des objectifs clairs, des créations percutantes adaptées à la plateforme et des budgets alignés à vos objectifs. Des publicités pre-roll sur YouTube aux publications commanditées sur Instagram, les médias payants vous permettent de contrôler qui voit votre contenu et à quel moment.

Ils ne remplacent pas la croissance organique, mais constituent un moyen d'amplifier ce qui fonctionne déjà et de combler les lacunes lorsque les délais sont serrés ou la portée limitée.



Publicités Facebook et Instagram

Facebook et Instagram offrent une portée combinée de plus de 3,96 milliards d'utilisateurs actifs par mois. Leurs plateformes publicitaires permettent un ciblage précis en fonction de l'âge, de la localisation, des centres d'intérêt et des comportements, ce qui les rend efficaces pour renforcer la notoriété et susciter l'intérêt du public pour vos contenus liés à la santé et au bien-être.



Publicités X

X compte environ 619 millions d'utilisateurs actifs par mois. Les publicités apparaissent sous forme de publications dans les fils d'actualité des utilisateurs, ce qui permet d'atteindre facilement les auditoires intéressés par les sujets tendance et les conversations d'actualité liées à votre projet.



Publicités YouTube

YouTube compte plus de 2,7 milliards d'utilisateurs actifs par mois. Les publicités pre-roll et in-stream contribuent à renforcer la notoriété et à générer des vues de vidéos, parallèlement à des contenus liés à la santé et au bien-être.



Publicités TikTok

TikTok compte plus de 1,5 milliard d'utilisateurs actifs par mois. Les publicités vidéo courtes sur TikTok sont efficaces pour raconter des histoires visuelles et toucher un auditoire plus jeune avec votre projet.



ANALYSER



LOCALISER

**ENGAGER**

RÉPONDRE



TRACER

**Publicités sur les bannières web (Display)**

La publicité sur les bannières web est une méthode visant à inciter l'auditoire d'un site web, d'une plateforme de réseau social ou d'un autre support numérique à effectuer une action spécifique. Cette option peut s'avérer coûteuse, mais si un public spécifique fréquente un site web particulier, les publicités sur les bannières web peuvent être extrêmement efficaces.

**Publicités sur les moteurs de recherche (Google Ads)**

Les annonces de recherche apparaissent sur des plateformes telles que Google lorsque les internautes recherchent des sujets liés à votre projet. Elles sont efficaces pour atteindre les personnes qui recherchent activement des informations sur la santé et le bien-être, ce qui contribue à faire connaître votre projet et à susciter l'intérêt pour celui-ci.

**Partenariat avec des influenceurs**

Un partenariat avec des influenceurs peut aider votre projet à atteindre des communautés spécifiques. Les influenceurs peuvent partager votre message de manière authentique et encourager l'engagement.

Autres canaux payants

Les médias payants se présentent sous différentes formes. Des plateformes telles que Pinterest et Reddit proposent des options publicitaires et peuvent aider un projet à atteindre des auditoires de niche.