L'utilisation des médias sociaux dans le but de recruter des participants à la recherche

Partie 2, 10 mai 2023





Ordre du jour

Introduction

Objectif

Mise en contexte

Stratégie publicitaire

Politiques et conditions d'utilisation

Conclusion

Questions

Bibliographie

Introduction



Objectif

Ce webinaire vise à comprendre la nature et les caractéristiques des médias sociaux afin de mieux outiller les membres des CER lors de l'évaluation de projets utilisant les médias sociaux.



Évaluer la qualité des stratégies

Partie 1

Utilisation des médias sociaux Stratégie de contenu Gestion de communauté

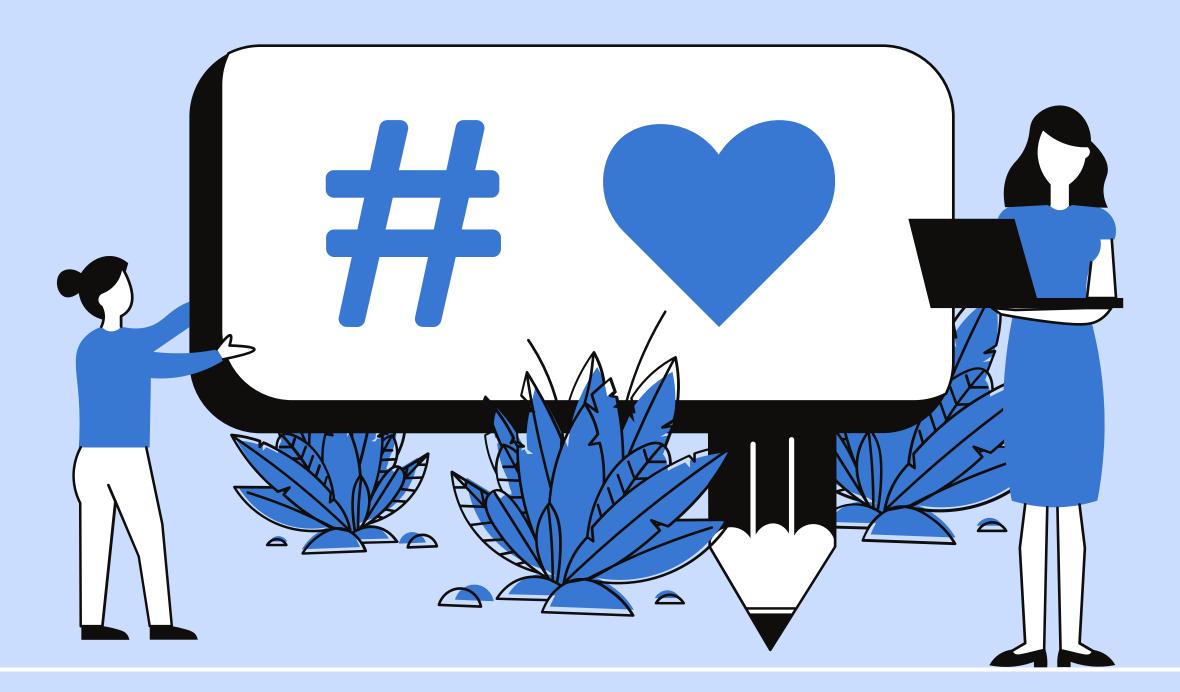


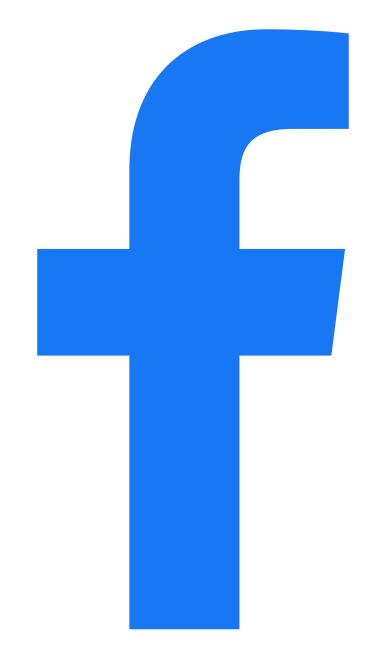
Partie 2

Publicité
Politique et conditions d'utilisation
Considérations éthiques



Mise en contexte





Facebook.com est le

3e site le + consulté

au monde

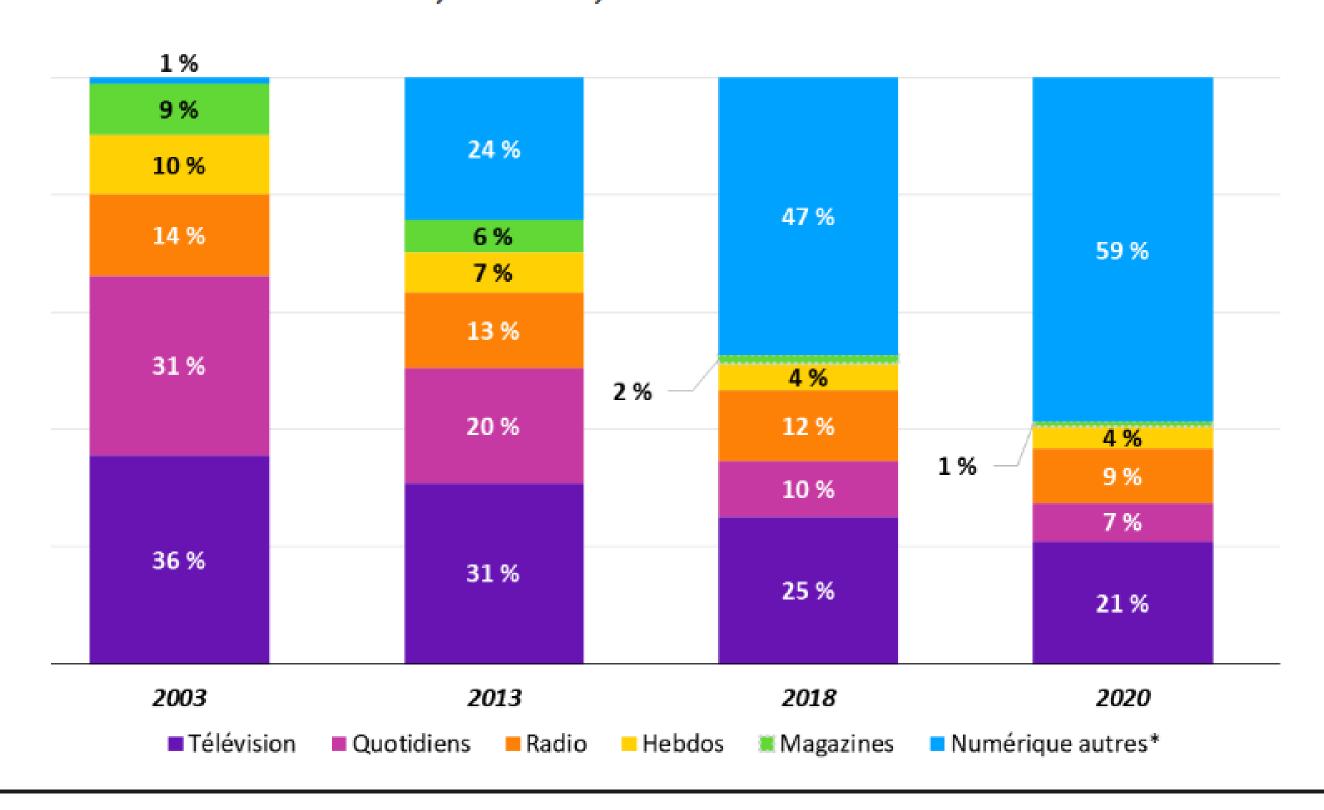
Les publicités numériques hors média détenaient

59%

des parts du marché publicitaire au Québec en 2020.



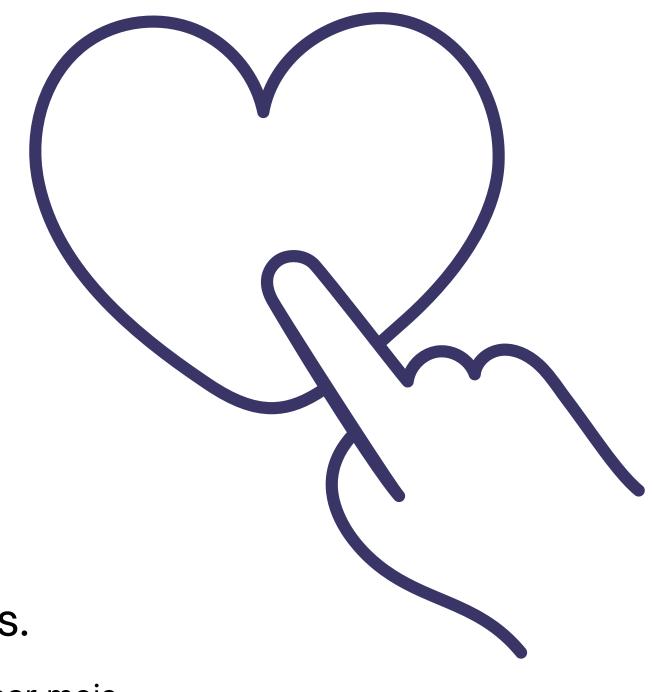
Répartition du marché publicitaire au Québec en 2003, 2013, 2018 et 2020



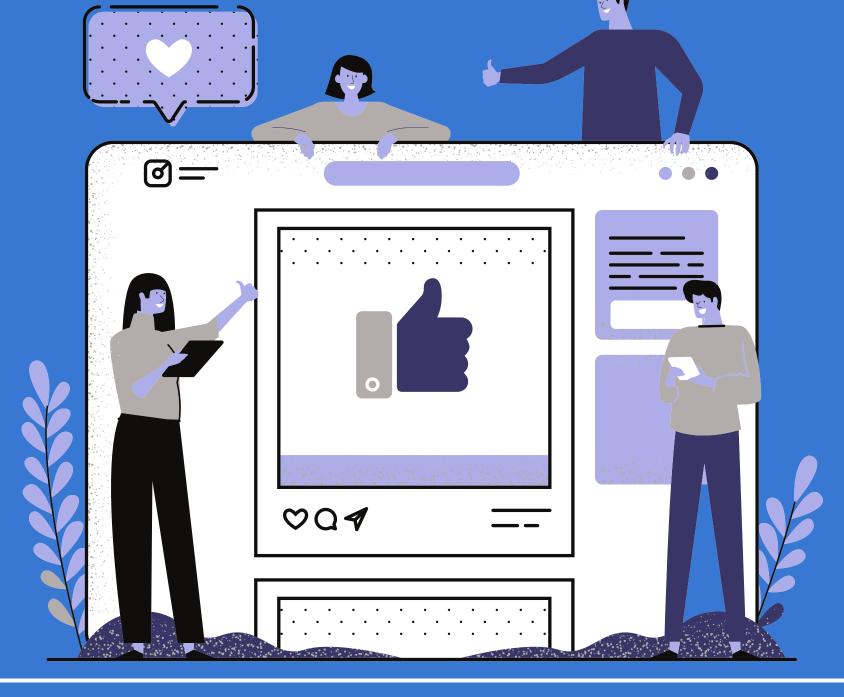
51%

des canadiens apprécient les publicités personnalisées à leurs besoins et leurs intérêts.

Les utilisateurs de Facebook cliquent en moyenne sur 8 annonces par mois.



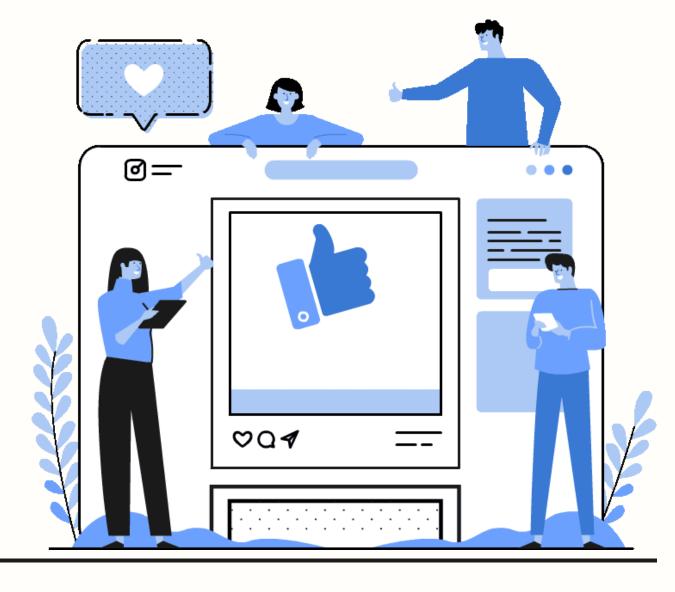




Rappel Publication / Publicité

Publication

- Gratuit
- S'adresse aux abonnés ou aux amis
- Apparait dans le fil d'actualité
- Publicité
- Payant
- S'adresse à une audience déterminée
- Apparait à plusieurs emplacements



Comment évaluer une bonne stratégie publicitaire

Se poser les bonnes questions

Quel est l'objectif publicitaire?

Quel est le parcours de l'utilisateur?

Quelle est la stratégie publicitaire?

- Quel est l'impact de la programmation de la publicité?
- Quel est le contenu publicitaire?
- Qui en fait la gestion?



Objectif

Il faut comprendre l'action souhaitée à la suite de la publicité.

Sensibiliser

Ex : Informer sur un sujet, augmenter la portée, etc.

Considérer

Ex : Augmenter le nombre de commentaires, de visionnements, de clics sur le site Web de l'étude.

Convertir

Ex: Remplir un formulaire de contact.

L'objectif influencera le parcours de l'utilisateur.



Parcours de l'utilisateur

En se basant sur l'objectif de la publicité, il faut déterminer le parcours de l'utilisateur. Plus le parcours est simple, plus les chances de conversions sont élevées. Toutefois, la simplification du processus ne doit pas s'effectuer au détriment de la qualité de l'information ni du recrutement.

Il est habituellement recommandé d'avoir une page Web explicative dédiée à l'étude.



Parcours de l'utilisateur

Exposition



1. L'utilisateur est exposé à la publicité

Exploration



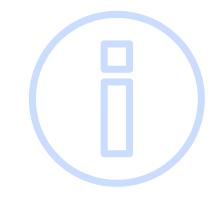
2. L'utilisateur explore le contenu

Redirection



3. L'utilisateur clique sur la publicité et est redirigé vers la page Web

Information



4. L'utilisateur s'informe des modalités de l'étude

Action

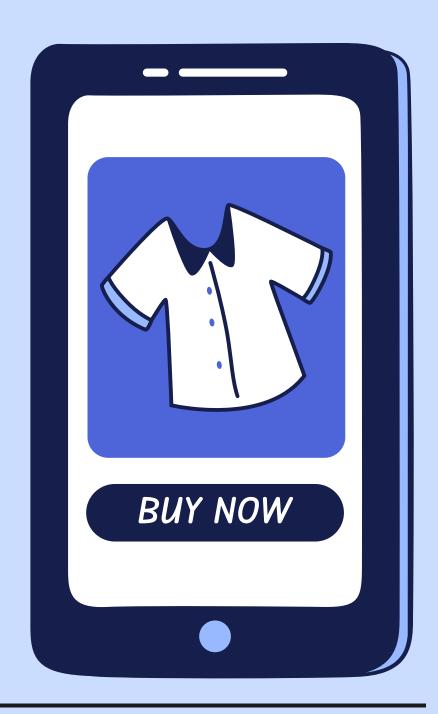


5. L'utilisateur passe à l'action

Stratégie publicitaire

Il y a plusieurs étapes pour programmer une publicité :

- Objectif
- Budget et l'échéancier
- Audience (ciblage)
- Format
- Emplacement
- Texte et visuel
- Appel à l'action
- Gestion et évaluation de performance



Audience

Il est possible de cibler l'audience selon les critères suivants :

- Lieux : état, province, ville et code postal
- Démographiques : âge, sexe, situation amoureuse, formation, travail, etc.
- Intérêts : passe-temps, pages aimées, emploi, formation, activités, etc.
- Comportements : comportement d'achat, appareil utilisé et activités
- Audience personnalisée : liste d'adresses courriel ou reciblage
- Audience similaire à l'audience personnalisée

Facebook permet de cibler uniquement des personnes de 18 ans et plus. En aucun cas, la publicité ne devrait mentionner l'implication d'un mineur. Sans quoi, Facebook pourrait bannir le compte publicitaire.



Formats publicitaires

Il existe plusieurs formats publicitaires:

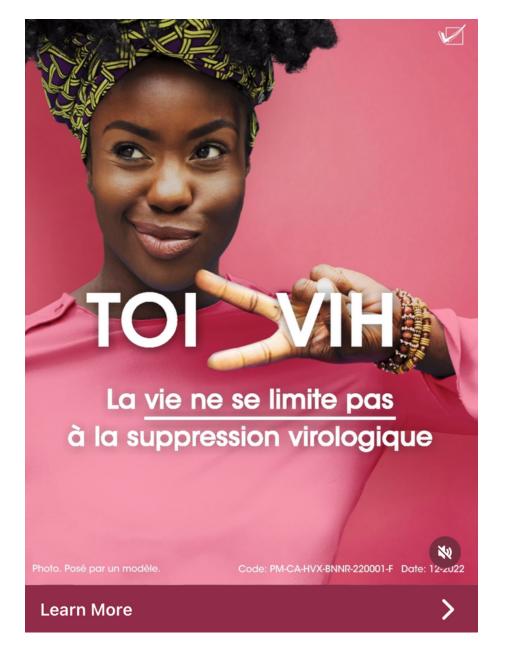
- Image
- Vidéo
- Story
- Carrousel
- Etc.

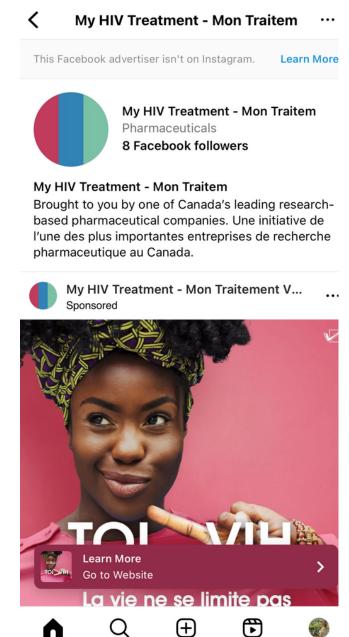
Il existe également un format de publicité dynamique. Il est possible d'importer plusieurs images, vidéos, textes et titres, puis Facebook choisira le format le plus performant selon les paramètres de publicité sélectionnés.



Exemple publicitaire

Image







Contenu publicitaire

Visuel

- Attirer l'attention : utilisation de couleurs
- Simple et évocateur
- Moins de 20% de texte sur l'image



Contenu publicitaire

Texte

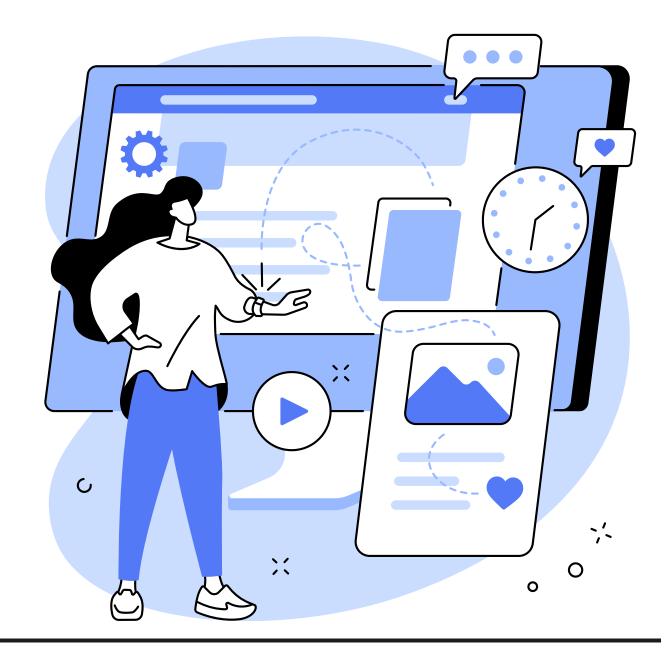
- Titre: incite à l'action (40 caractères)
- Description : courte et précise (125 caractères)
- Mots clés stratégiques
- Incite à l'action (l'information complète doit se retrouver ailleurs)
- Ne pas oublier que ce qui parle le plus, c'est le visuel



Emplacements publicitaires

Grâce à Meta, les publicités peuvent apparaitre sur plusieurs plateformes :

- Facebook
- Instagram
- Messenger
- Réseau d'audience : applications partenaires qui utilisent les publicités Meta pour monétiser leur trafic. Ex : Candy Crush

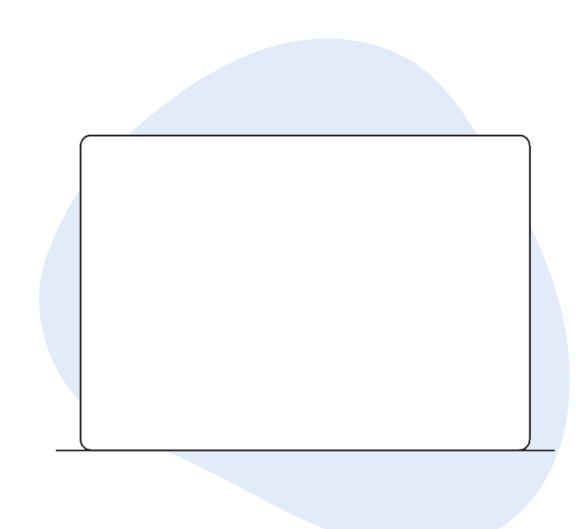


Emplacements publicitaires

Dans ces plateformes, il y a plusieurs emplacements possibles:

- Fil d'actualité
- Stories et Reels
- Interruptions vidéo
- En recherche
- En conversation Messenger
- Etc.

Il est possible de choisir ces emplacements ou de laisser Facebook sélectionner les plus performants.



Gestion de la publicité

Gestionnaire de publicité est une plateforme qui permet de gérer les campagnes publicitaires : créer, diffuser, optimiser, voir les résultats, etc.

Qui sera responsable de programmer la publicité et d'effectuer une veille?



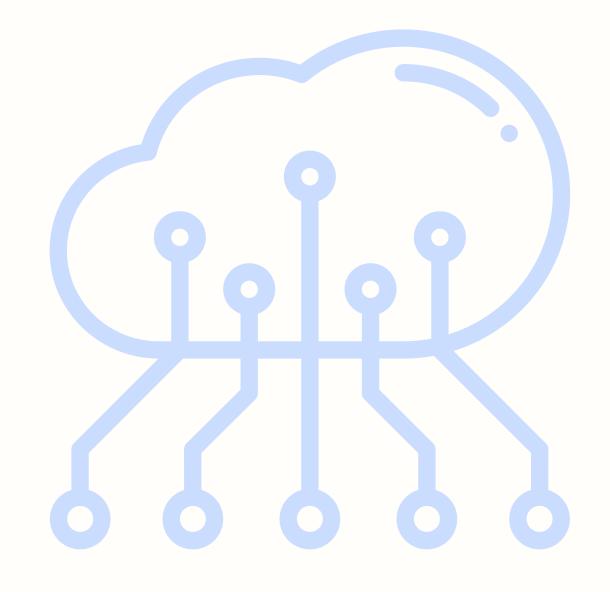
Politiques et conditions d'utilisation



Conditions de services

Fonctionnement

Nous ne vous facturons pas l'utilisation de Facebook ou des autres produits et services inclus dans les présentes Conditions, sauf indication contraire de notre part. En revanche, des entreprises, des organisations et d'autres personnes nous payent pour vous montrer des publicités pour leurs produits et services. En utilisant nos Produits, vous acceptez que nous vous montrions des publicités que nous estimons pertinentes pour vous en fonction de vos intérêts. Nous utilisons vos données à caractère personnel afin de définir les publicités personnalisées à vous montrer.



Conditions de services

Utilisation des données

Les données sont utilisées par Meta pour :

- Fournir, améliorer et développer les services
- Communiquer avec vous
- Favoriser la sécurité
- Diffuser et évaluer les publicités et les services

Nous ne vendons pas vos données à caractère personnel aux annonceurs et ne partageons pas d'informations permettant de vous identifier directement avec les annonceurs. À la place, les annonceurs nous donnent des informations, telles que le type d'audience à qui ils souhaitent montrer leurs publicités, et nous diffusons ces publicités auprès des personnes susceptibles d'être intéressées.

Politique d'utilisation des données

Informations recueillies

Les informations recueillies par Meta sont :

- Informations fournies par l'utilisateur
- Réseaux de contacts : amis, abonnés et autres relations
- Informations relatives aux paiements
- Informations sur vos appareils
- Informations provenant des sites Web et des applications de partenaires tiers



Votre activité dans les technologies Meta

Les publicités vous sont présentées en fonction de votre activité dans les technologies Meta, notamment:

- Pages que vous et vos amis aimez
- Informations de votre profil Facebook et Instragram
- Le contenu que vous créez ou avec lequel vous interagissez sur Facebook et Instagram
- Lieux dans lesquels vous indiquez vous trouver via Facebook

Gérer vos préférences publicitaires

Votre activité sur d'autres sites web et apps

Les sites webs que vous visitez ou les apps que vous utilisez peuvent directement envoyer des données Facebook en utilisant nos outils professionnels (comme un pixel) pour nous aider à vous montrer des publicités basées sur les produits ou les services que vous avez consultés, comme une chemise sur le site d'un magasin de vêtement. Voici quelques examples:

- La consultation de l'une de leurs pages web
- · Le téléchargement de leur app mobile
- · L'ajout d'un produit à un panier ou un achat

Gérer vos préférences publicitaires 🗹

Votre activité chez d'autres entreprises

Lorsque vous partagez des informations comme votre numéro de téléphone ou votre adresse e-mail avec une entreprise, elle est susceptible de l'ajouter à une liste de clients qui peut être recoupée avec votre profil Facebook. Nous essayons ensuite de faire correspondre la pub à l'audience la plus pertinente. Vous pouvez avoir partagé vos coordonnées avec ces entreprises en :

- · Vous inscrivant à une newsletter par e-mail
- · Achetant des produits en magasin
- · Vous inscrivant pour un coupon ou une remise

Votre emplacement

Nous utilisons les données de localisation pour vous montrer des pubs d'annonceurs qui essaient de toucher des personnes qui se trouvent à un endroit précis ou dans les alentours. Nous obtenons ces informations à partir de sources comme :

- L'endroit d'où vous vous connectez à Internet
- · L'endroit où vous utilisez votre téléphone
- Votre emplacement depuis votre profil Facebook et Instragram

En savoir plus sur les données de localisation <a>I

Politique de confidentialité

Gestion de la confidentialité

Recueillir vos renseignements nous permet de créer de meilleures expériences d'utilisation de nos produits, afin que vous puissiez découvrir plus de contenu que vous aimez.

Nous vous offrons une grande variété d'outils pour consulter, gérer, télécharger et supprimer vos informations. Vous pouvez aussi gérer vos informations en consultant les paramètres des Produits que vous utilisez.



Politique de confidentialité

Refus de partager les informations

Certaines informations sont requises pour que nos Produits fonctionnent. **D'autres informations** sont facultatives, mais la qualité de votre expérience pourrait être affectée sans celles-ci.

Par exemple, si vous ne nous fournissez pas d'adresse e-mail ou de numéro de téléphone, nous ne serons pas en mesure de créer un compte qui vous permettrait d'utiliser nos Produits.

Politique de confidentialité

Suis-je écouté?

Nous comprenons que les publicités sont parfois tellement ciblées que cela vous donne l'impression que nous écoutons vos conservations par le biais de votre microphone, mais ce n'est pas le cas.

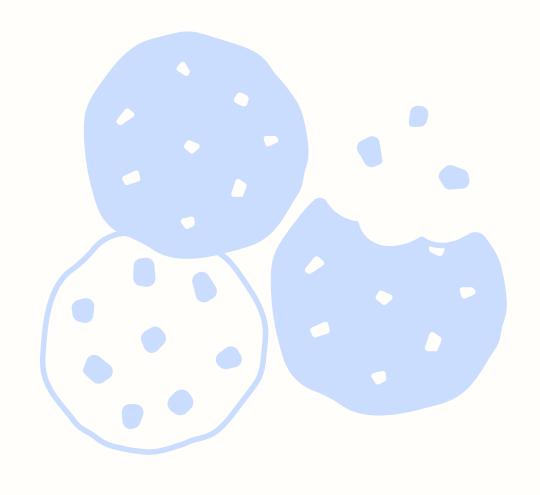
Si vous souhaitez avoir plus de contrôle sur la manière dont nous utilisons vos renseignements pour vous montrer des publicités, vous disposez de quelques options pour le faire. Vous pouvez afficher les paramètres relatifs à des publicités en particulier dans vos préférences publicitaires, ou vous pouvez afficher vos renseignements et supprimer les données que vous ne voulez pas que nous utilisions.



Politique d'utilisation des cookies

Mes activités sont-elles suivies?

Un cookie est un petit fichier texte qui stocke des informations sur les navigateurs web. Les cookies sont notamment utilisés pour stocker et recevoir des identifiants et d'autres informations sur des appareils comme les ordinateurs ou les téléphones. Les cookies nous aident à proposer, à protéger et à améliorer les produits Meta, par exemple en personnalisant du contenu, en adaptant et en mesurant les publicités, et en offrant une expérience plus sûre. Les cookies que nous utilisons comprennent des cookies de session, qui sont supprimés lorsque vous fermez votre navigateur, et des cookies permanents, qui restent sur votre navigateur jusqu'à ce qu'ils expirent ou que vous les supprimiez.



Règles publicitaires Meta

Règles publicitaires

Les standards publicitaires de Meta fournissent des détails et des conseils concernant les types de contenu autorisés ou interdits afin de créer une expérience publicitaire conviviale et responsable.

Principes relatifs aux règles publicitaires :

- Protéger les internautes contre les pratiques dangereuses et discriminatoires
- Protéger les internautes contre la fraude et les arnaques
- Promouvoir des expériences d'utilisation positives
- Promouvoir la transparence

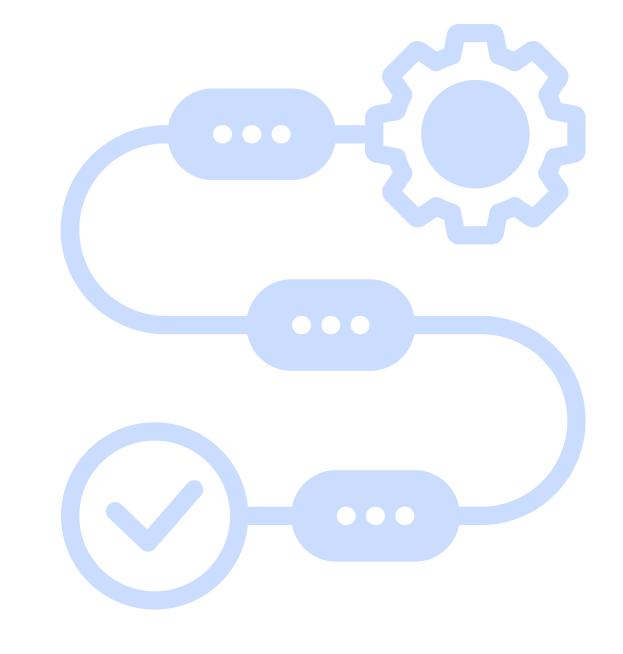
Éléments bannis par Facebook :

- Caractéristiques personnelles
- Contenu à caractère sexuel
- Utilisation de la marque Meta dans les publicités
- publicitaires Restrictions éléments des sur professionnels

Règles publicitaires Meta

Processus d'examen publicitaire

Lorsque les annonceurs passent leur commande, chaque publicité est examinée en fonction des standards publicitaires établis par Meta. L'examen de publicités est réalisé par des outils automatisés qui visent à vérifier la conformité des publicités selon les politiques. Le délai d'approbation est généralement de 24h.



Conclusion





Comprendre les caractéristiques des médias sociaux

Partie 1: utilisation + stratégie + gestion

Partie 2 : publicité + conditions d'utilisation

Avoir une meilleure vision globale stratégique

Mieux évaluer les considérations éthiques





Questions?



Bibliographie

- 1. https://blog.hootsuite.com/fr/statistiques-facebook/
- 2. https://www.cem.ulaval.ca/economie/donnees-financieres/publicite/
- 3. https://legerdgtl.com/ressac_le_canada_numerique_2023.pdf
- 4. My HIV Treatment Publicité sur Facebook
- 5. https://www.facebook.com/business/tools/ads-manager
- 6. https://www.facebook.com/legal/terms/update
- 7. https://www.facebook.com/about/privacy/previous
- 8. https://www.facebook.com/about/basics
- 9. https://www.facebook.com/privacy/policies/cookies/?entry_point=cookie_policy_redirect&entry=0
- 10. https://transparency.fb.com/policies/ad-standards