

Native advertising

Un format non intrusif

Le Display "native advertising" est un format publicitaire texte et image s'adaptant à son environnement en terme de forme (le design) et de fond (le contenu), afin de respecter l'expérience de navigation des utilisateurs.

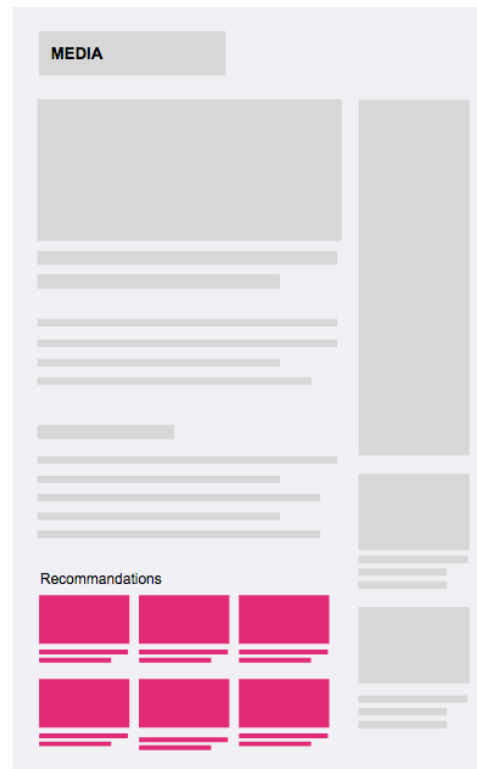
Deux grands types de formats native advertising sont représentés sur les différents supports web, app, et email : In-feed et recommendation widget.

- Powerspace Ads se positionne exclusivement sur des formats de type "In-feed" Advertising.

In-Feed



Recommendation widgets



In-feed advertising et Recommendation Widgets

In-feed	Recommendation widgets
Généralement présents dans les listings, homepages ou au milieu d'articles, ces formats d'annonce sont plus grands et plus descriptifs (plus d'éléments texte), visuellement mieux intégrés entre des contenus éditoriaux, et isolés des autres annonceurs. Ils sont généralement vendus au CPM.	Présents sur la majorité des "pieds d'articles" des principaux médias, ces "widgets" de 6 à 10 annonces mélangent contenu publicitaire et recommandation d'articles. Les annonces sont généralement moins descriptives et positionnées à côté d'autres annonceurs.

Content marketing

Le content marketing est souvent confondu avec le native advertising, mais il s'agit d'une approche/stratégie de communication, et non d'un format.

Le content marketing est une stratégie marketing efficace, qui se positionne entre le branding et le marketing direct. Initialement mis en place pour le SEO, puis pour les blogs ou réseaux sociaux, les pages de contenu sont de plus en plus utilisées comme des pages importantes, servant même de landing page pour des campagnes publicitaires.

Sur les formats native advertising, l'approche de communication est essentielle pour le succès d'une campagne. Il est fortement recommandé de privilégier une **communication éditoriale et informative** ("content marketing") afin de maximiser l'engagement de vos clients potentiels et le CTR%.


Une combinaison gagnante

Raconter une histoire ou publier un contenu informatif de qualité est évidemment bien plus attractif qu'un message promotionnel classique pour la majorité des internautes intéressés par votre produit. L'effet sera immédiat sur les taux de clics (2 à 10x supérieurs) et sur l'engagement.

"Le Content Marketing est une stratégie de communication parfaitement adaptée aux formats publicitaires native advertising."

Éditorial / Content Marketing	Promotionnel / Marketing direct
Approche de communication "indirecte" mettant en avant une histoire ou des informations relatives au produit ou service, dans le but d'attirer l'audience cible.	Approche de communication "directe" mettant en avant l'offre et la promotion, dans le but de générer une action immédiate.

Éditorial / Content Marketing	Promotionnel / Marketing direct
<ul style="list-style-type: none">Exemple de Titre 👍Notre classement des meilleures assurances auto 2017	<ul style="list-style-type: none">Exemple de Titre 🗨 :Économisez jusqu'à -45% sur votre assurance auto !
"Une approche légère et peu engageante permettra de capter l'attention de l'internaute et l'engager dans le processus de conversion grâce à la qualité du contenu. Grâce à d'excellents taux de clic, le CPC pourra être bien plus compétitif."	"Sans ciblage ou re-ciblage précis, une approche trop directe et promotionnelle fera fuir les internautes, générant de mauvais taux de clic ayant comme conséquence l'obligation d'un CPC élevé."

 Updated 5 months ago

← Qu'est ce que Powerspace Ads ?

Démarrer avec Powerspace →