

publicité en ligne

1 Définition de la publicité en ligne :

La publicité en ligne est un moyen permettant aux webmasters de rentabiliser financièrement leur site internet et de leur permettre de couvrir les coûts d'hébergement et de noms de domaine. Il s'agit également d'un moyen privilégié d'assurer la promotion des services ou produits que propose votre site web.

Les régies publicitaires sont généralement le point de passage recommandé pour la gestion des campagnes publicitaires. Elles représentent ainsi un intermédiaire entre les annonceurs (souhaitant diffuser une campagne publicitaire) et les éditeurs (propriétaires de sites internet acceptant de réserver une partie de leur surface d'affichage à la diffusion de bannières publicitaires). Les régies se réservent un pourcentage de la recette des campagnes publicitaires correspondant aux « coûts de régie ». Les coûts de régie sont généralement compris entre 30% et 60%.

Le mode de rémunération

- CPC (Coût par clic) correspondant à une rémunération proportionnelle au nombre de clic unique sur les bannières diffusées.
- CPM (Coût par mille) correspond à un mode de rémunération en fonction du nombre d'affichage.
Ce mode de rémunération est généralement réservé aux sites à fort trafic (plus d'un million de pages vues par mois).
- CPS (Cost per Sale, en français coût par vente) ou lead correspondant au nombre de clic de visiteurs ayant abouti à une vente.

2 Les formats de la publicité en ligne :

Présentation des formats publicitaires les utilisés. Pour partie, l'IAB en a fait des formats "standards" qui sont mis en avant pour simplifier la duplication de campagnes plurimédia sur ces supports en ligne. Il peut intervenir des modifications au fur et mesure des évolutions techniques.