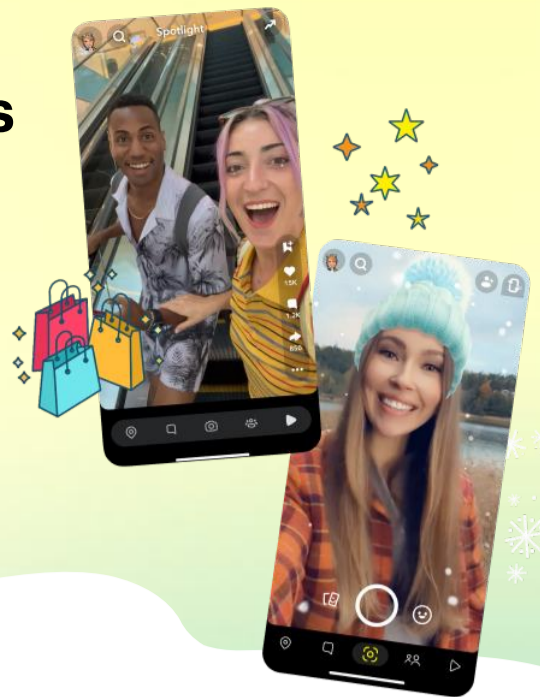


Guide Snapchat sur les publicités en période de Noël 2024

Snapchat est entièrement dédiée à l'influence. Une influence réelle.¹ En fait, la majorité des Snapchatters estiment que leurs recommandations d'achat les plus fiables proviennent de leurs interactions sur Snapchat.¹ Snapchat est donc l'endroit idéal pour élargir une base de clients et augmenter les conversions, avec des campagnes qui tirent profit de l'esprit des fêtes. Quelle est la vocation de ce guide ? Il se veut une feuille de route pour les fêtes de fin d'année, afin de vous aider à concevoir une campagne réussie.



Obtenez des résultats tout au long de la saison avec une stratégie de campagne sur toute la longueur du funnel

Nous recommandons de lancer tôt votre campagne de fin d'année pour entrer en contact avec les acheteurs du début à la fin de leur parcours d'achat. Voici une liste de vérification mois par mois conçue pour des résultats optimaux.



Halloween

Septembre à octobre

Commencez vos campagnes tôt pour augmenter la notoriété.

- Commencez tôt** pour maintenir votre visibilité et augmenter la probabilité de conversion. 70 % des Snapchatters déclarent que le fait de voir les promotions plusieurs fois les encourage à effectuer un achat.¹
- Tirez profit de votre catalogue de produits** et du Snap Pixel pour automatiser la création de publicités et optimiser les actions les plus importantes pour votre entreprise.
- Paramétrez le Snap Pixel** pour suivre les événements sur votre site et les associer à votre campagne.
- Vérifiez votre catalogue de produits dans Ads Manager. Contrôlez aussi la qualité de vos signaux.



Black Friday

Cyber Monday

Novembre

Augmentez la cadence de vos publicités au moment où les acheteurs sont en quête de bonnes affaires.

- Concentrez-vous sur les bonnes affaires et les réductions** dans vos publicités du Black Friday et du Cyber Monday. 78 % des Snapchatters prévoient de faire des achats pendant les événements commerciaux cette année.¹
- Captez l'attention des acheteurs de cadeaux de Noël** en insérant des contenus d'unboxing ou des avis de clients dans vos publicités. Démontrez pourquoi votre produit ferait un excellent cadeau !



Noël

Boxing Day

Décembre

Convertissez les acheteurs effectuant leurs derniers achats de Noël

- Créez des audiences personnalisées** en fonction des actions spécifiques des Snapchatters pendant leur visite sur votre site.
- Mettez l'accent sur les délais de vente et d'expédition** dans votre message.
- Commencez à planifier des campagnes d'après-fêtes** pour toucher les acheteurs inactifs ou tardifs.



Nouvel An

Après les fêtes

Profitez des coûts réduits après les fêtes

- Renouez le contact avec les clients inactifs** grâce à une campagne de retargeting.
- Délaissez les messages vus et revus** pendant les fêtes de fin d'année et privilégiez une création qui célèbre les nouveaux départs et la valeur de votre produit.
- Suivez le rendement de vos publicités** et procédez aux ajustements en fonction des clics, des ventes et des téléchargements.

De bonnes pratiques pour terminer l'année en beauté



1. Optimisez dès le départ

Analysez les données de campagnes passées pour identifier les créations qui ont trouvé le plus d'écho auprès de votre audience : visuels, message, ciblage et placements publicitaires spécifiques.

3. Pensez natif

Efforcez-vous de concevoir vos publicités dans le style des contenus générés par les utilisateurs. Souvent, les publicités qui ont le plus de succès imitent les contenus organiques. Et n'oubliez pas d'optimiser votre publicité pour le format vertical de Snapchat.

2. Budget pour une campagne réussie

Profitez de coûts publicitaires réduits en démarrant tôt vos campagnes. Mais prévoyez un budget supplémentaire pour les fêtes populaires comme le Black Friday, le Cyber Monday, Noël et le Boxing Day.

4. Concentrez-vous sur un message

Présentez votre principal avantage dans la première image de votre publicité et réduisez au maximum le texte affiché à l'écran. Si vous avez plus d'un message, concevez différentes créations.

Vous avez besoin d'aide pour élaborer votre campagne de fin d'année ?

Réservez un entretien avec un spécialiste des publicités pour obtenir d'autres conseils.

