

# 5 Ciblage et Audiences pour rentabiliser vos Dépenses Publicitaires Digitales



# Ciblage Comportemental



Le ciblage comportemental permet de toucher votre cible en se basant sur sa consommation digitale (sites visités, recherches effectuées, contenus lus, produits achetés, etc).





## Audiences de Sites et Applications

Le ciblage (remarketing) des utilisateurs de votre site ou application selon leur niveau d'usage (vues de pages, interactions, renseignement de formulaire, etc) permet de le convertir ou le fidéliser.



# Ciblage basé sur des Données Tierces

Le ciblage par données tierces vous donne la possibilité de recibler (remarketing) vos contacts (listes de prospects ou clients) sur d'autres plateformes offrant cette option.





## Audiences Similaires

Certaines plateformes vous permettent de cibler des personnes dont le comportement digital ressemble à celui de vos audiences favorites (d'engagement ou de conversion).



# Ciblage contextuel

Le ciblage contextuel place vos annonces dans des sites et applications dont le contenu a une relation avec votre publicité en se basant sur les mots clés, les catégories et/ou la sémantique.





# Discutons votre transformation



[contact@forcinet.ma](mailto:contact@forcinet.ma)



+212 6 70 67 26 20

**forcinet**

Think Beyond e-Solutions

[www.forcinet.ma](http://www.forcinet.ma)

