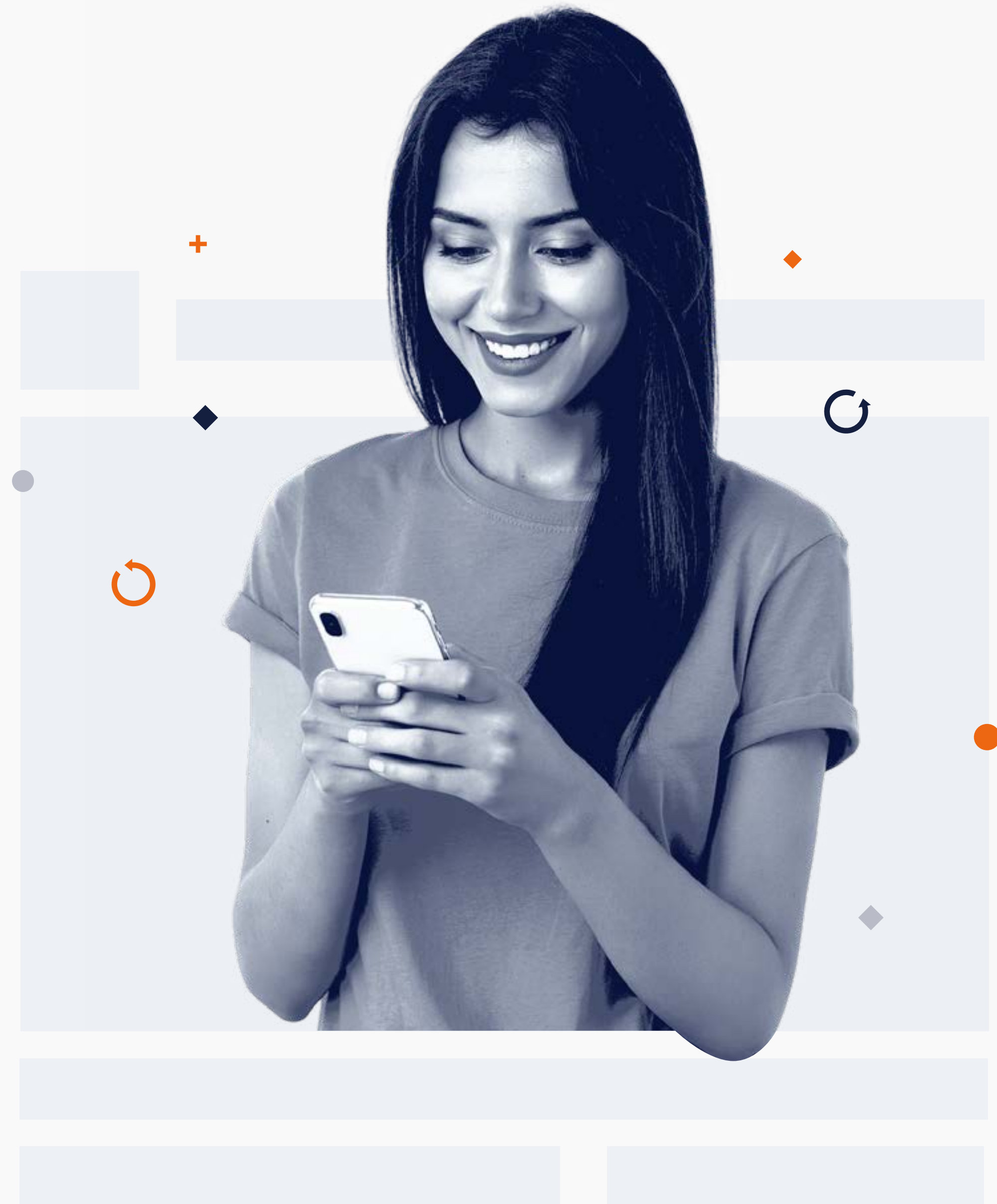




MINI GUIDE

# Réutilisez vos campagnes **Social** grâce au **Native Advertising**

Un guide pratique, étape par étape, pour  
augmenter votre ROAS sur l'open web.





# Sommaire

- Se poser les bonnes questions ..... 3**
- Réutilisation "mode d'emploi" ..... 4**
  - Facebook Ads Image .....5
  - Facebook Ads Vidéo .....6
  - Carousel Instagram .....7
  - Format photo Instagram .....8
  - Vidéos désactivables YouTube .....9
- Découvrez les nouveaux produits ..... 10**
- Nos "brainy tips & insights"..... 11**
  - Objectifs de campagne .....12
  - Visuels .....13
  - Budgets et enchères .....14
  - Ciblage .....15
  - Optimisations et tests .....16
- À vous de jouer ..... 17**



## Se poser les bonnes questions

Avec des formats publicitaires en constante évolution, il est parfois difficile de suivre le rythme. Des spécifications techniques différentes, des plateformes différentes – mais toujours un même objectif, celui de développer votre marque.

Quelques formats publicitaires sortent tout de même du lot : ceux que nous utilisons tous dans nos campagnes Social. Pourquoi se contenter du Social alors qu'il est possible de scaler et passer à la vitesse supérieure à peu de frais ?

**Les publicités natives sont ultra complémentaires avec les formats que vous utilisez tous les jours.**

### Formats natifs vs. Social

(Outbrain Internal Data)

#### Formats natifs :

**+44%**

de chance d'être considérés comme fiables

**+21%**

de chance de générer un clic

**+24%**

de chance de générer un achat futur

**Un reach plus important et davantage de conversions... on ne dit pas non !**

Voici donc la liste des correspondances entre formats Social et formats natifs pour étendre vos campagnes Social au-delà des walled-gardens.

## Réutilisation "mode d'emploi"

Au niveau des spécifications techniques, on se rend compte que beaucoup d'éléments sont similaires entre le Social et le Native Advertising.

**Comparons les formats classiques avec les formats natifs Outbrain correspondants afin de mettre en lumière à quel point il est facile de les réutiliser.**



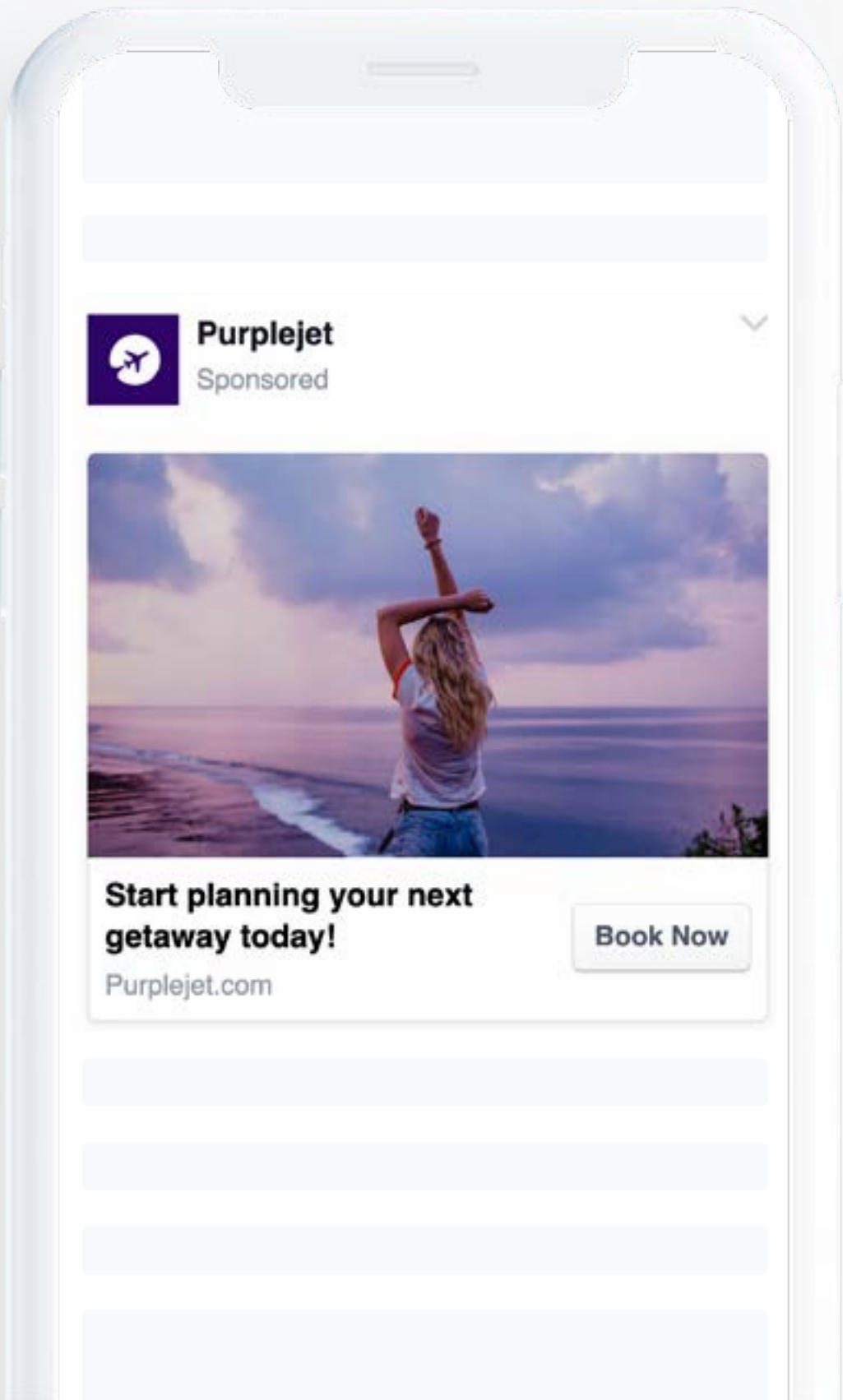


1

Format image Facebook vs. Smartad Standard Outbrain



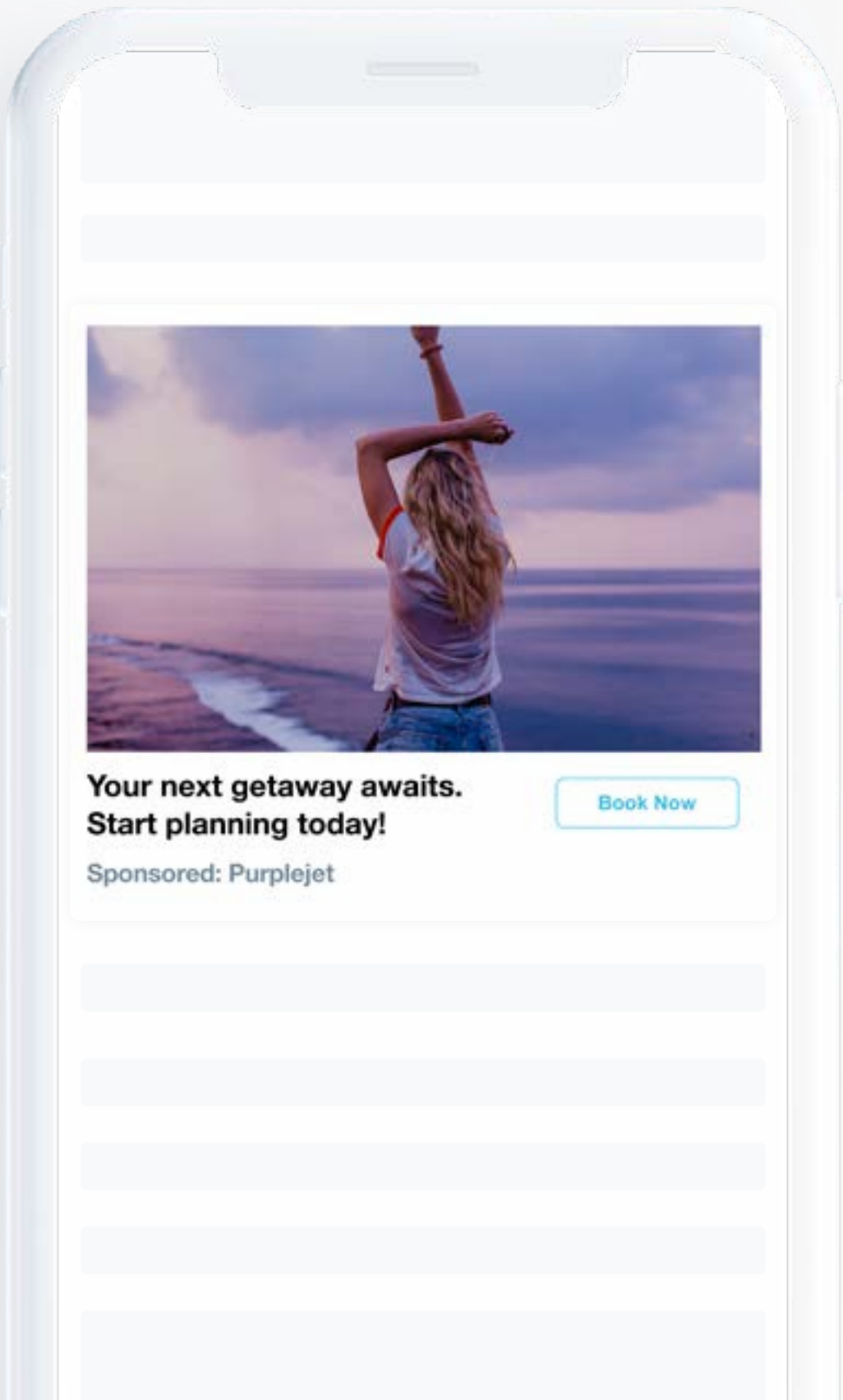
Format image Facebook



- Taille du fichier**  
30MB
- Image**  
1080px x 1080px maximum  
600px x 600px minimum
- Titre**  
40 caractères maximum
- Bouton de CTA**  
À choisir dans une liste prédéfinie



Smartad Standard Outbrain



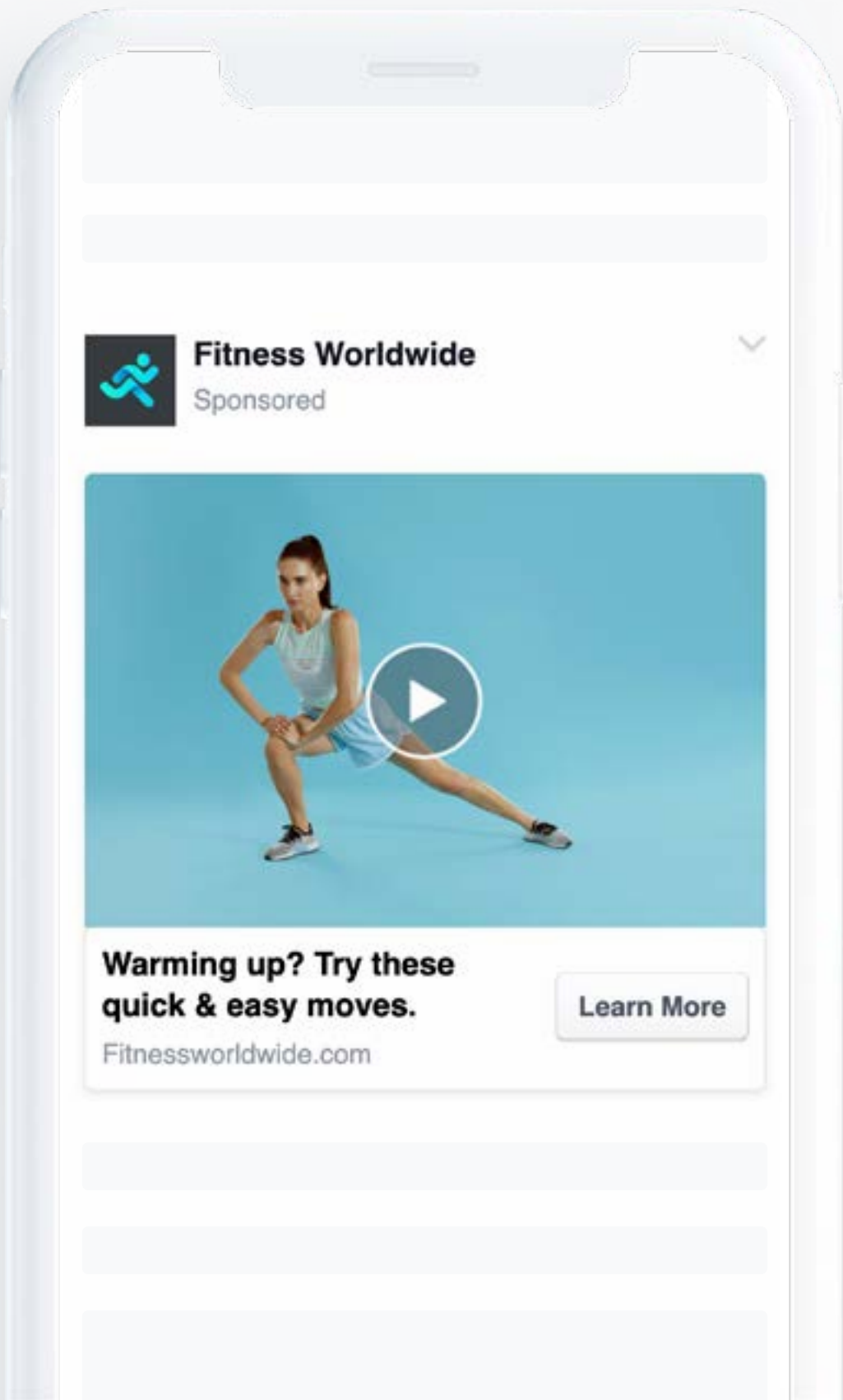
- Taille du fichier**  
1MB
- Image**  
1200px x 800px (recommandé)  
600px x 400px minimum
- Titre**  
100 caractères maximum  
70-90 caractères (recommandé)
- Bouton de CTA**  
À choisir dans une liste prédéfinie

2

Format vidéo Facebook vs. Smartad Click-to-Watch Outbrain



Format image Facebook



**Type de fichier**  
MP4, MOV, GIF

**Ratio**  
4:5

**Vidéo**  
Maximum 241 minutes  
minimum 1 seconde

**Vignette**  
Non requise

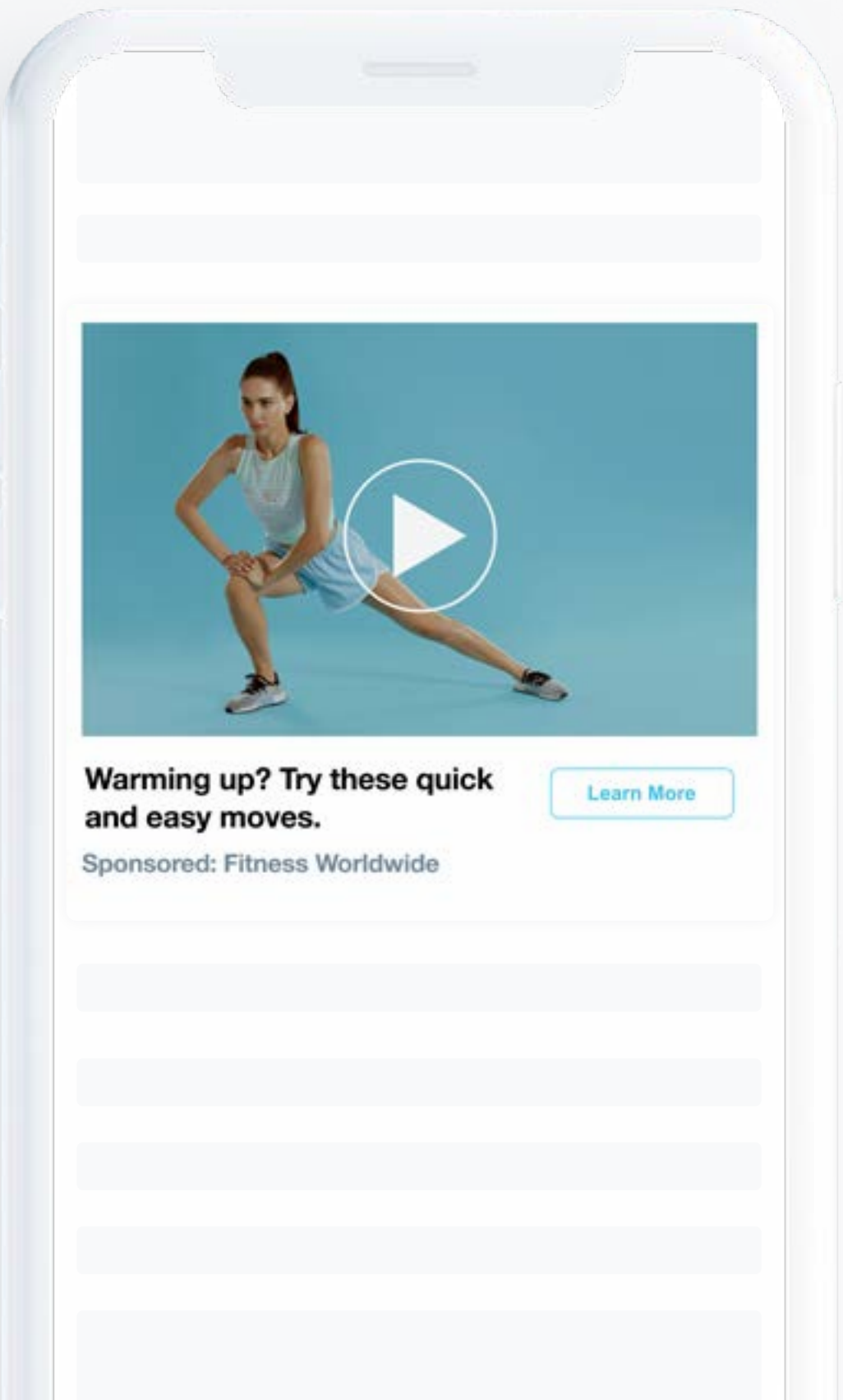
**Titre**  
40 caractères maximum

**Image de fond**  
Non requise

**Bouton de CTA**  
À choisir dans une liste  
prédéfinie



Smartad Click-to-Watch Outbrain



**Type de fichier**  
MP4, MOV/VAST, VPAID

**Ratio**  
16:9

**Vidéo**  
600 secondes maximum  
6 secondes minimum  
30-120 secondes  
(recommandation)

**Vignette\***  
400 x 260 minimum  
800 x 520 recommandé  
2.5 MB max. PNG ou JPEG

**Titre**  
60 caractères maximum  
  
40 caractères ou moins  
(recommandé)

**Image de fond\***  
16:9 ratio apparent  
1920 x 1080 minimum  
1 MB maximum

**Bouton de CTA**  
Personnalisé, géré par VAST

\*Options de Branding supplémentaires

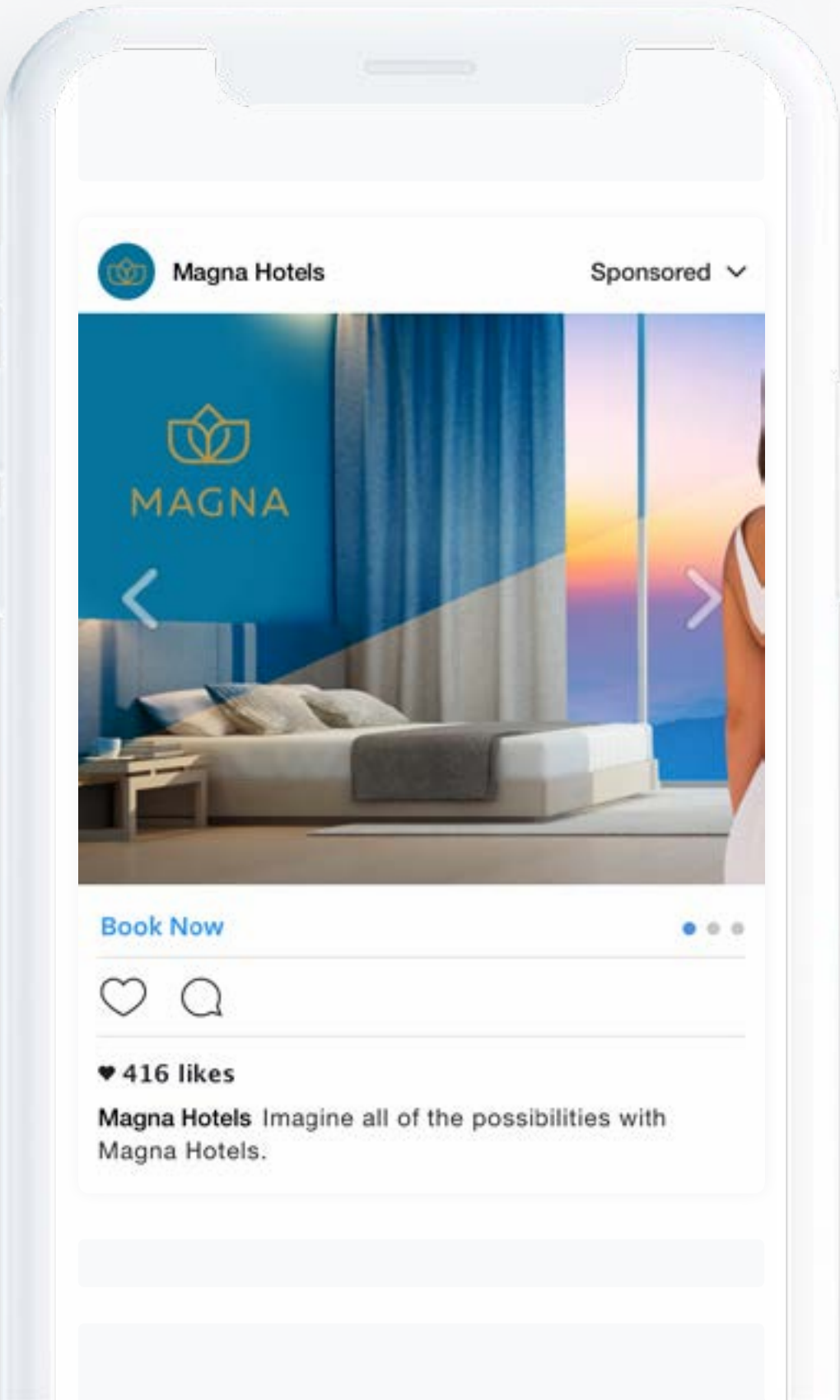


3

Carousel Instagram vs. Smartad Carousel Outbrain



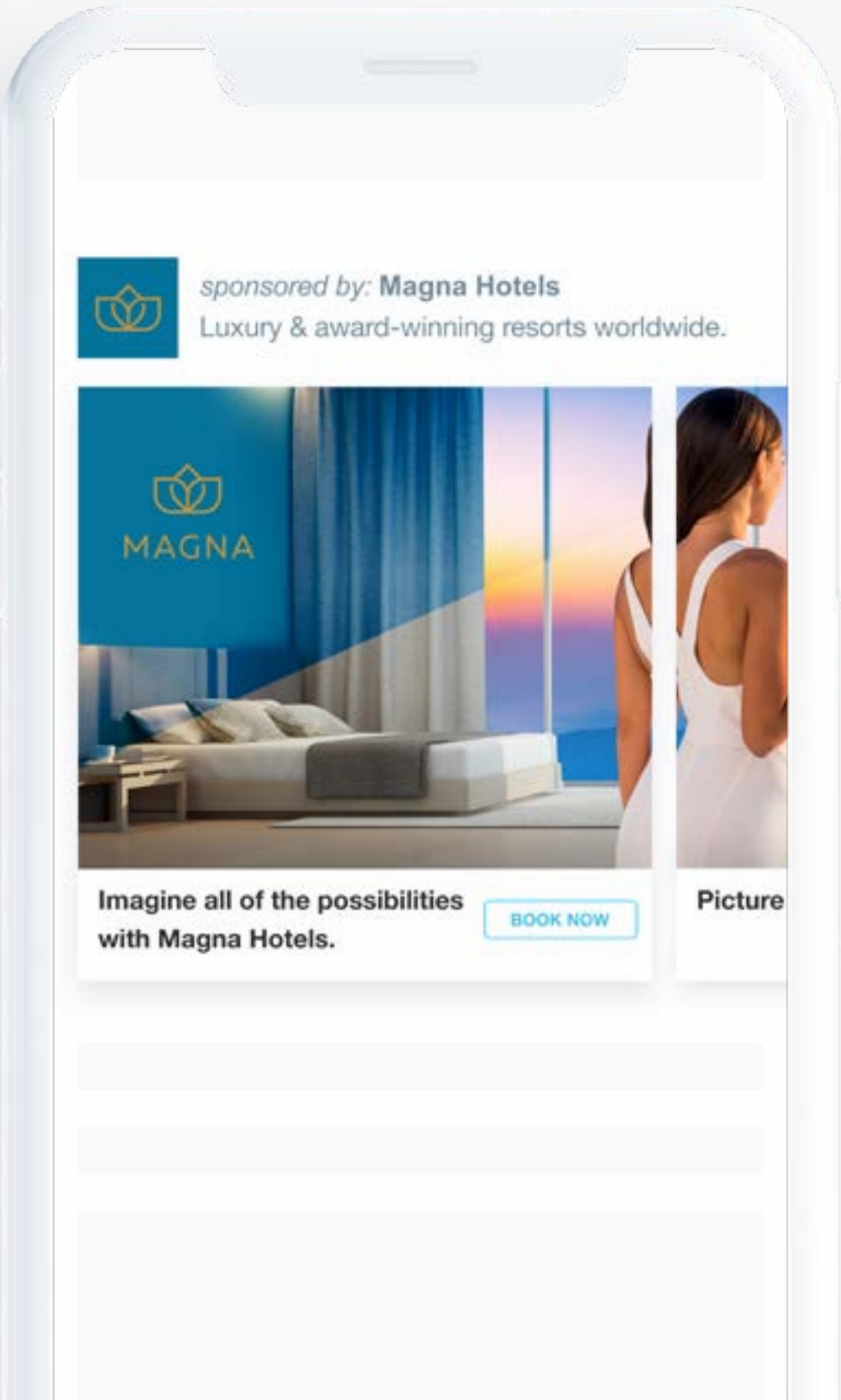
Carousel Instagram



- Type de fichier**  
JPG, PNG, MP4,  
MOV, GIF
- Taille du fichier**  
Image 30MB maximum  
Vidéo 4GB maximum
- Nombre de vignettes**  
De 2 à 10
- Image**  
1080px x 1080px max  
600px x 600px min
- Titre**  
125 caractères maximum  
30 hashtags maximum
- Bouton de CTA**  
À choisir dans une liste



Smartad Carousel Outbrain



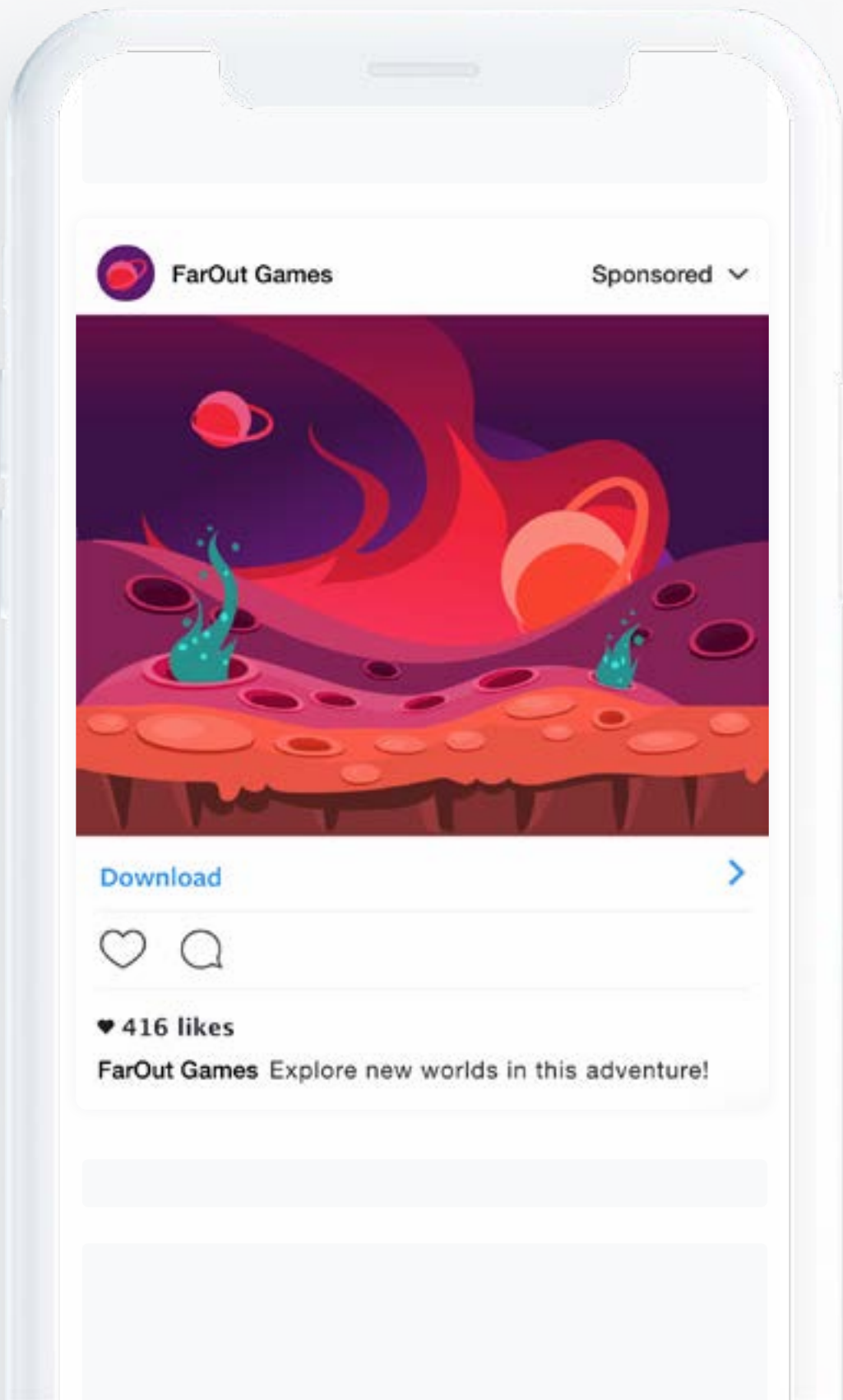
- Type de fichier**  
JPG, PNG, GIF
- Taille du fichier**  
14MB maximum
- Nombre de vignettes**  
De 2 à 10
- Image**  
1200px x 1200px max
- Titre**  
100 caractères maximum  
70-90 caractères  
(recommandé)
- Bouton de CTA**  
À choisir dans une liste

4

Format photo Instagram vs. Smartad App Install Outbrain



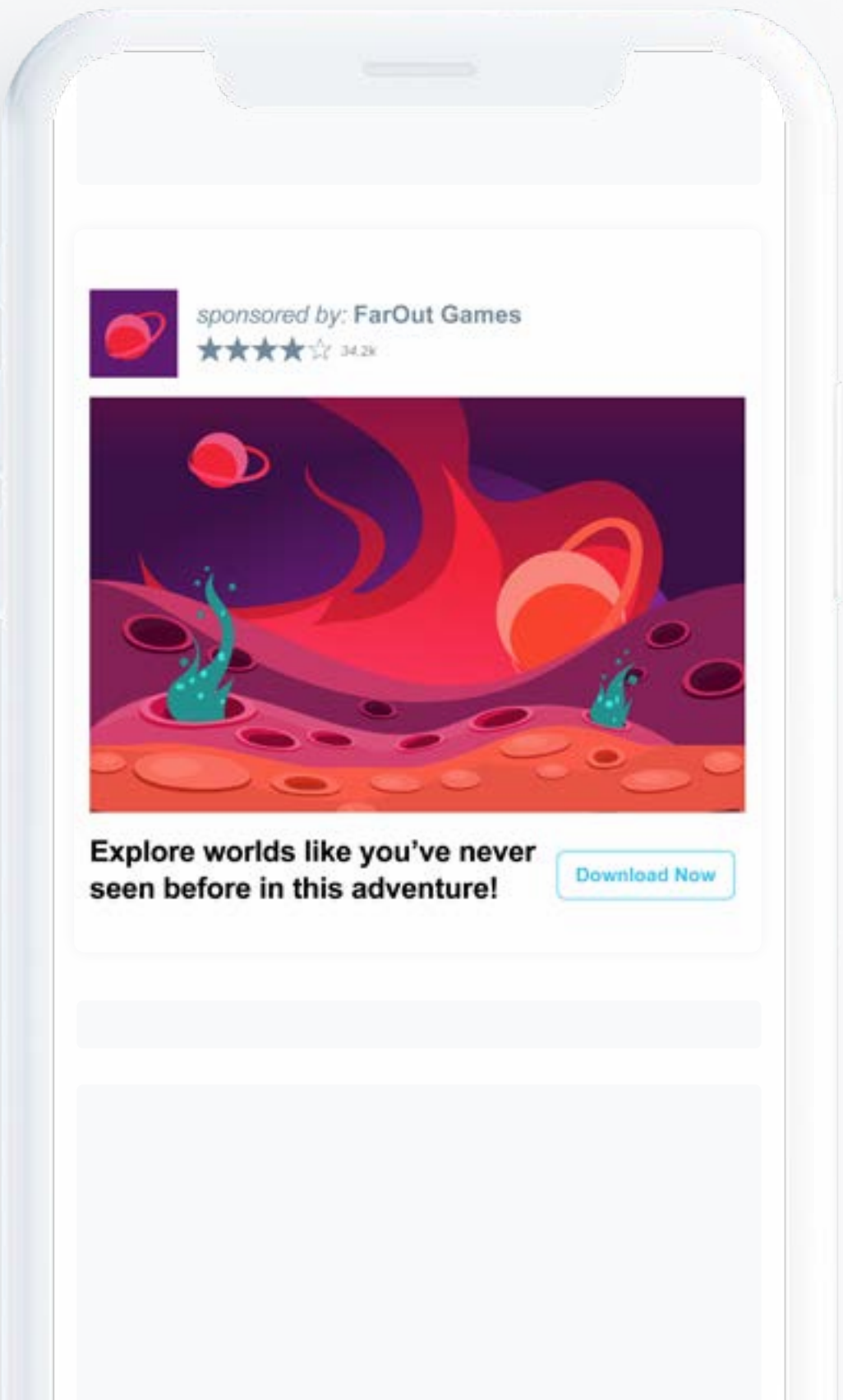
Format photo Instagram



- Type de fichier**  
JPG, PNG
- Taille du fichier**  
Image 30MB maximum  
Vidéo 4GB maximum
- Image**  
1080px x 1080px maximum  
500px x 500px minimum
- Titre**  
40 caractères maximum



Smartad App Install Outbrain



- Type de fichier**  
JPG, PNG, GIF
- Taille du fichier**  
14MB maximum
- Image**  
1200px x 800px (recommandé)  
600px x 400px minimum
- Titre**  
100 caractères maximum  
70-90 caractères (recommandé)

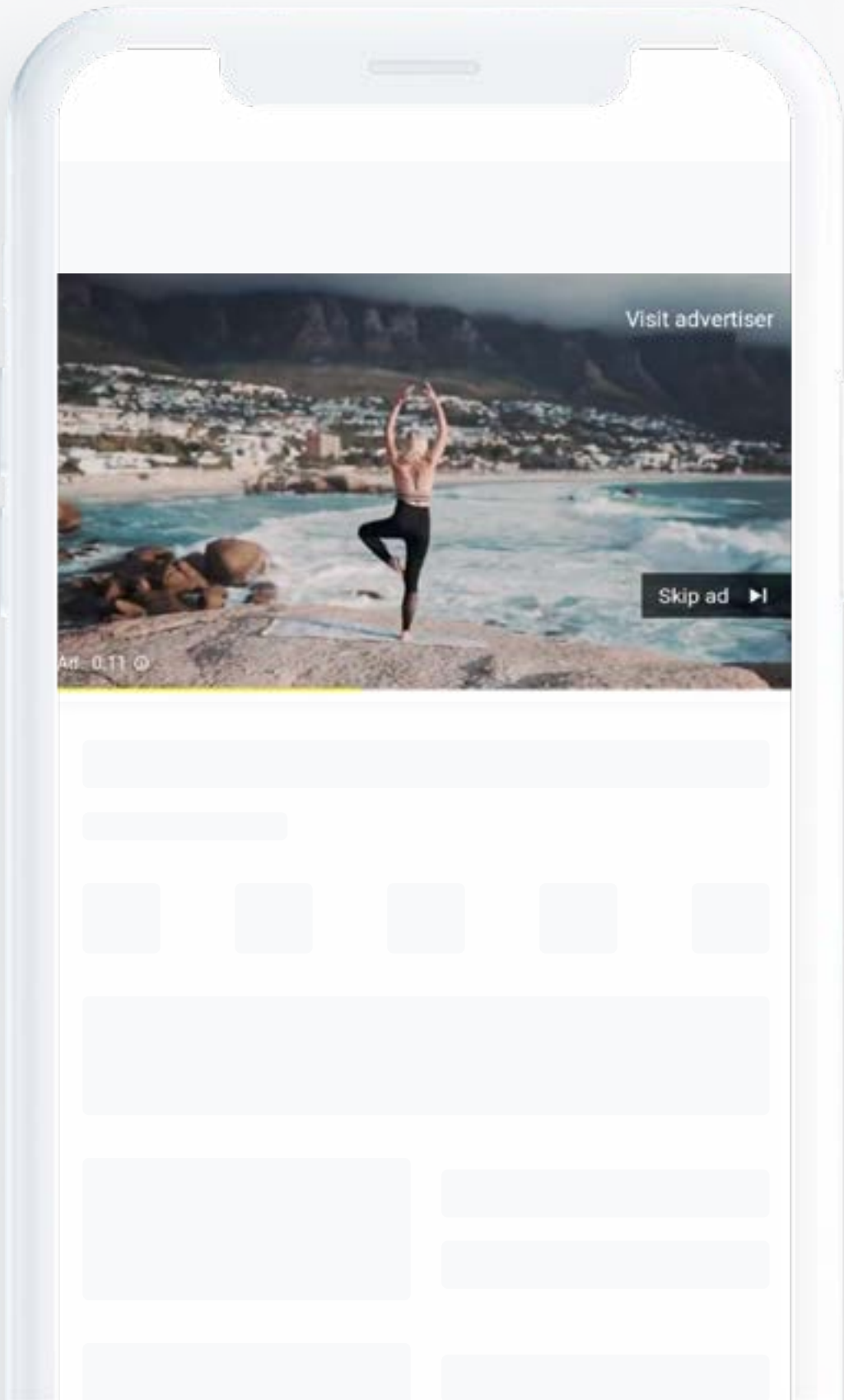


5

YouTube Skippable Ad vs. Smartad Outstream Video Outbrain



YouTube Skippable Ad



**Type de fichier**  
MOV, MPEG4, MP4, AVI, WMV, MPEGPS, FLV, 3GPP, WebM, DNxHR, ProRes, CineForm, HEVC

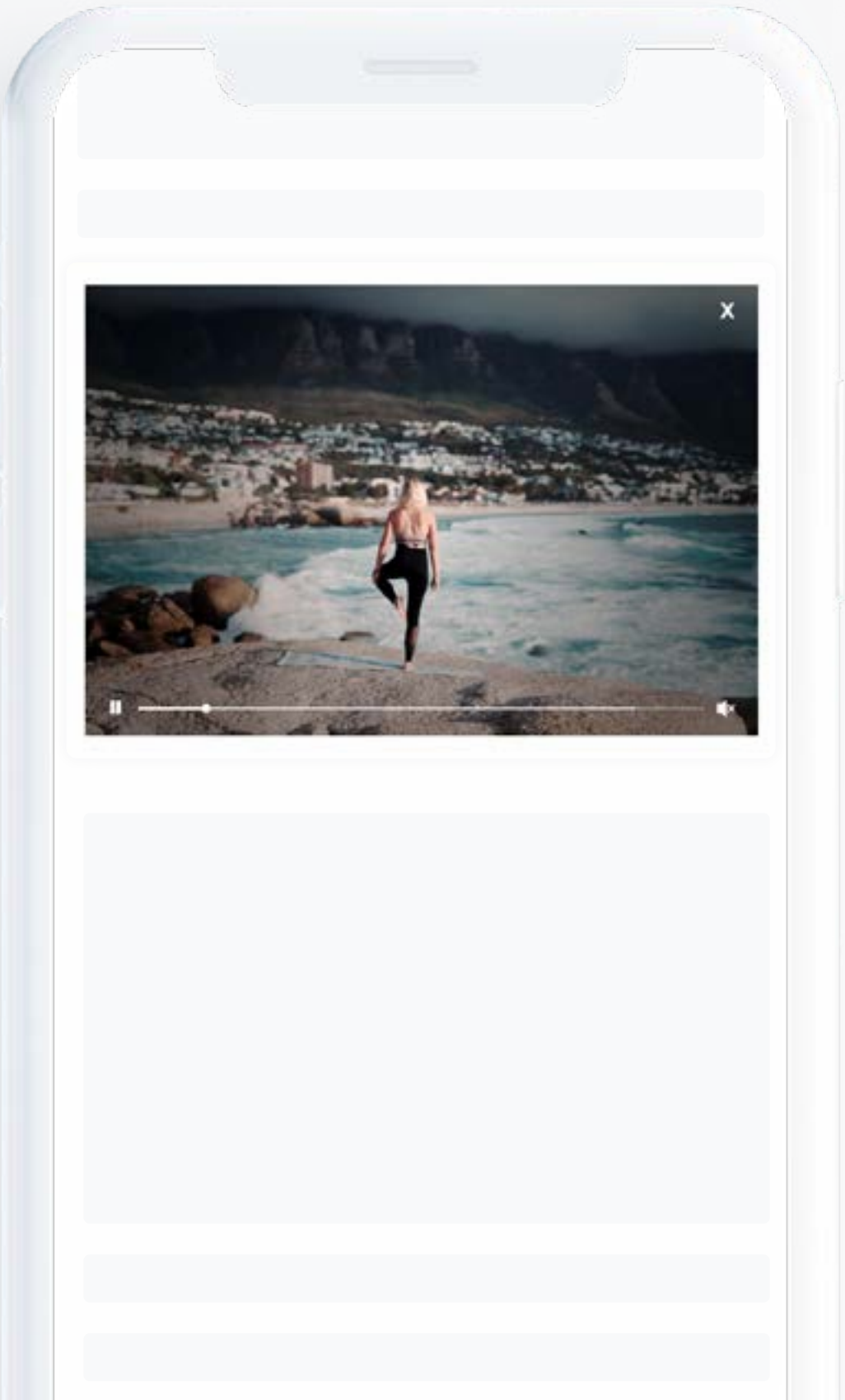
**Ratio**  
16:9, 4:3

**Vidéo**  
6 minutes maximum  
12 secondes minimum

**Button de CTA**  
Indisponible



Smartad Outstream Video Outbrain



**Type de fichier**  
MP4, VPAID, VAST

**Ratio**  
16:9

**Vidéo**  
45 secondes maximum  
6 secondes minimum  
10-15 secondes (recommandé)

**Bouton de CTA\***  
Personnalisé, géré avec VAST

\*Options Supplémentaires

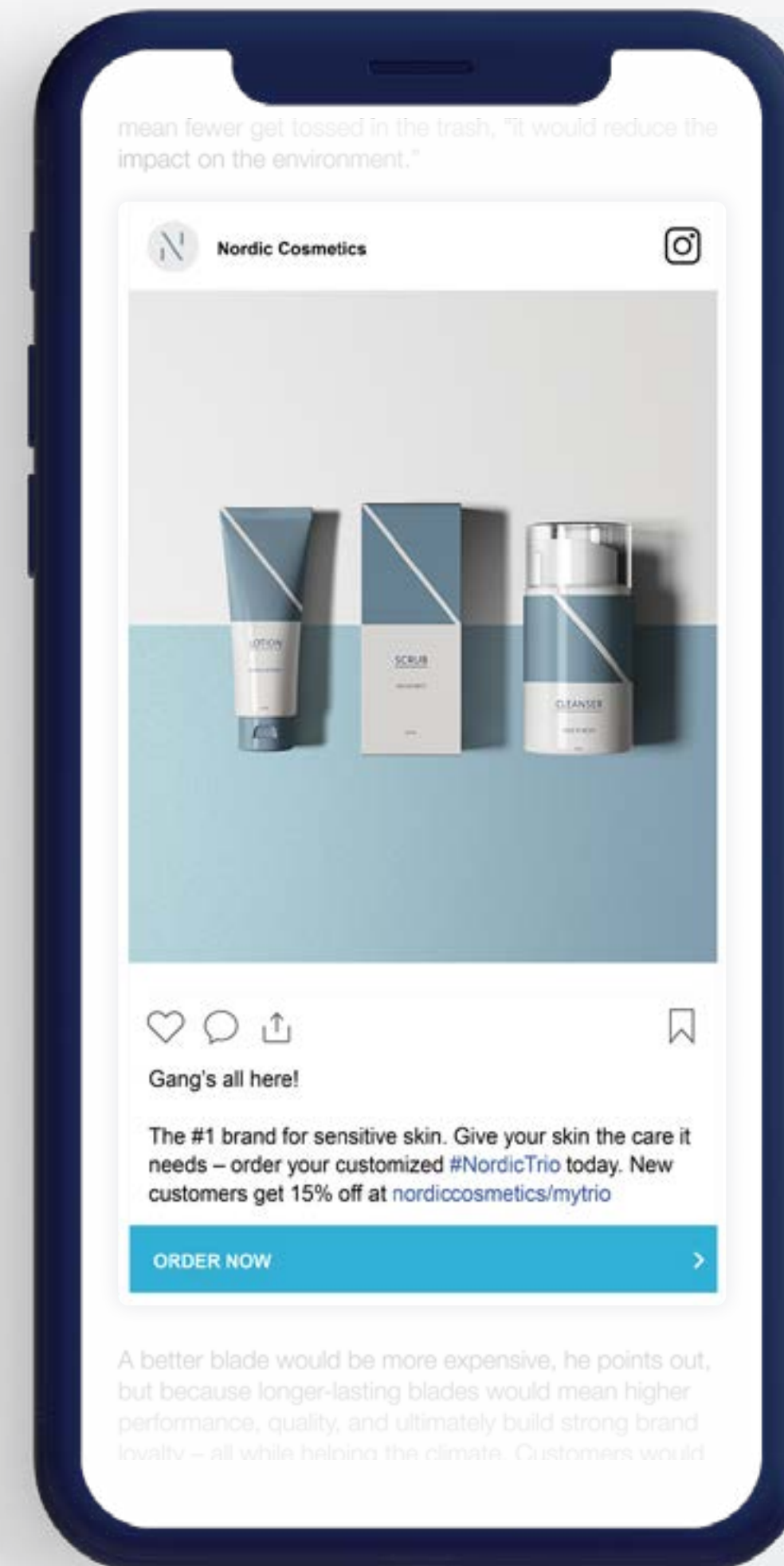
Alerte nouveau format !

## Allez encore plus loin

Si vous pensiez que réutiliser vos formats Social était simple – et que cela en vaut la peine – attendez de voir les possibilités offertes par notre dernière nouveauté produit – **Native Awareness+**.

Utilisez désormais vos annonces Social directement dans des emplacements "in-article" impactants et à forte visibilité sur l'open web, afin de booster l'impact de vos campagnes.

Le plus efficacité ? Pas processus de validation supplémentaire nécessaire.



5x

CTRs 5x supérieurs au Display classique

44%

De chances en plus de convertir

5x

Plus de temps passé sur vos vidéos vs. Facebook Feed

\*disponibilité par marché



## Nos "brainy tips" & insights

La réutilisation va bien au-delà de la simple imitation.

**Quelques conseils et bonnes pratiques pour bien réutiliser vos campagnes Social pour le natif.**





Insights

## Objectifs de campagne

Tout comme Facebook et YouTube, Outbrain peut optimiser votre campagne KPI par KPI mais avec des fonctionnalités simplifiées qui vous font gagner du temps.

- ✓ **Notoriété**
- ✓ **Trafic**
- ✓ **App Install**
- ✓ **Conversions**



### Brainy Tip :

Si vous réutilisez vos publicités Social, veuillez à définir des objectifs similaires sur toutes les plateformes afin de pouvoir les comparer et les optimiser.





Insights

## Les visuels

A l'ère du "endless scrolling", vous n'avez que **quelques secondes** pour attirer **l'attention des consommateurs** !

Même si la plupart de vos publicités Social peuvent être reproduites pour le natif, ces quelques conseils vous seront utiles :



### Brainy Tips :

1

**Doublez** la probabilité de clic en utilisant des boutons de CTA prédéfinis.

2

Pré-qualifiez votre audience en engageant vos clients types directement avec un titre accrocheur.

3

Testez une **VSL** (video sales letter) pour inciter à la conversion.

4

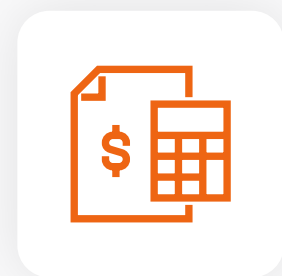
Évitez d'utiliser du texte sur l'image - gardez le texte pour vos titres.

5

Essayez les **titres dynamiques** pour personnaliser vos formats en fonction du lieu ou du jour de la semaine.

6

Le tip du "pro" : un léger redimensionnement de vos images et des titres plus courts.



Insights

## Budgets et enchères

Comme c'est souvent le cas pour vos campagnes Social, les campagnes natives ont besoin d'une courte phase de découverte pour trouver les meilleures audiences susceptibles de s'engager avec vos publicités.

**Tout vient à point à qui sait attendre !**



### Brainy Tips :

1

La patience est la clé. Les CPA ne sont pas d'emblée de 1 pour 1, en passant du Social au natif. Cependant, vous constaterez souvent que la qualité et la valeur des conversions sont plus élevées.

2

Pour vos publicités natives "réadaptées", commencez par un CPC légèrement plus élevé afin de favoriser la découverte de votre campagne, puis optimisez-le après les premiers jours de diffusion.

3

Utilisez notre outil ultra intuitif "Conversion Bid Strategy" pour vous épargner le fastidieux travail d'optimisation. Les CPA, le ROAS, et tous les autres indicateurs de performances sont automatiquement ajustés.





## Insights

# Ciblage

Adaptez le déploiement de vos campagnes à votre funnel en passant du Social au Native Advertising.



### Brainy Tips :

1

Configurez rapidement [le pixel Outbrain](#) – indispensable pour assurer le suivi des conversions et accéder aux fonctionnalités de ciblage avancées (Audiences Lookalike).

2

Ou bien, inversez le funnel de conversion – et ciblez une audience plus large avec Outbrain pour construire votre notoriété à moindre coût, et reciblez ensuite les non-convertis avec des Social Ads.

3

Les options uniques de **ciblage par centres d'intérêt** d'Outbrain sont un excellent moyen de cibler des audiences très engagées que vous aviez identifiées dans les reporting de vos campagnes Social.

4

Utilisez la puissance des publicités natives pour optimiser l'ensemble du funnel : des publicités Social pour la découverte, puis la création de segments first-party, et enfin le retargeting via des publicités natives pour faire avancer ces consommateurs dans le funnel.

5

Vous avez des clients qui ont déjà converti grâce à vos publicités Social ? Parfait – créez une **audience Lookalike** avec Outbrain pour trouver des clients similaires à plus grande échelle.

6

Ciblez précisément les consommateurs avec le contenu le plus pertinent grâce au **retargeting dynamique** qui affiche à l'internaute des visuels correspondant au dernier produit consulté.



Insights

## Optimisation et tests

Il est utopique de vouloir paramétrer une campagne une bonne fois pour toutes et ne plus y toucher... même si certains de nos outils le permettent.

**Testez, optimisez, puis recommencez le processus en mettant en corrélation les publicités Social et natives.**



### Brainy Tips:

1

Ne prenez pas le risque d'un double test (utiliser de nouvelles créas sur une nouvelle plateforme). Testez d'abord une publicité Social très performante sur Outbrain, puis optimisez-la.

2

Gardez les outils de reporting avancés d'Outbrain à portée de main en suivant les KPIs essentiels comme les zones géographiques, plateformes, centres d'intérêt, et bien plus encore.

3

La Compliance Team d'Outbrain n'a pas pour objectif de suspendre votre campagne indéfiniment comme sur Facebook. Elle vous conseille sur la manière de corriger les annonces rejetées. C'est un atout en plus !

4

Vous voulez encore améliorer vos conversions ? Passez la vitesse supérieure avec "Conversion Bid Strategy" en utilisant l'outil de tests A/B. Vous pourrez ainsi réaliser des tests comparatifs pour déterminer le modèle d'enchères optimal en fonction des objectifs de campagne.



# À vous de jouer !

Peu importe où se trouvent les consommateurs, il existe toujours une publicité native pertinente pour favoriser la découverte grâce à nos données sur les centres d'intérêt.

[Contactez-nous](#) pour savoir comment nos formats natifs peuvent booster les performances de votre funnel marketing !

Ou bien, [lancez-vous immédiatement](#) et faites découvrir votre marque sur le plus grand réseau d'éditeurs premium du monde.

**Bonne optimisation !**

**Découvrez nos autres guides**

## MINI GUIDE

**Réutilisez vos campagnes **Search****

## MINI GUIDE

**Réutilisez vos campagnes **Display****

