

Les indicateurs clés (KPI)

Exemple

Une entreprise publie une publicité :

- 100 000 impressions
- 5 000 clics
- 200 achats

On observe la progression :

Impressions → Clics → Conversions

Les KPI (Key Performance Indicators) permettent de mesurer l'efficacité d'une campagne digitale.

Impressions

Un impression correspond au nombre de fois où un contenu digital est affiché à l'écran d'un utilisateur

Exemple :

Une publicité apparaît 10 000 fois sur Instagram

10 000 impressions.

Clics

Un clic correspond au moment où un utilisateur clique sur un lien ou une publicité

Il indique l'intérêt pour le contenu.

Conversion

Un conversion correspond à une action importante réalisée par l'utilisateur

Exemples :

- achat d'un produit
 - inscription à une newsletter
 - téléchargement d'un document
 - création d'un compte
-

Les principaux KPI en marketing digital

CTR (Click Through Rate)

Mesure le taux de clic

Formule :

$$\text{CTR} = \text{clics/impression} \times 100$$

Exemple :

$$5000 \text{ clics} / 100000 \text{ impressions} \times 100 = 5 \%$$

CPC (Cost Per Click)

Mesure le coût moyen d'un clic

Formule :

$$\text{CPC} = \text{coût total/nombre de clics}$$

CPA (Cost Per Acquisition)

Mesure le coût pour obtenir un conversion

Formule :

$$\text{CPA} = \text{coût/conversion}$$

ROI (Return On Investment)

Mesure la rentabilité d'une campagne.

Formule :

$$\text{ROI} = \frac{\text{revenu} - \text{coût}}{\text{coût}} \times 100$$

Exemple complet d'analyse

Indicateur Valeur

Impressions 100000

Clics 5000

Conversions 200

Coût 2000 €

Indicateur	Valeur
Revenu	10000 €

Calculs :

CTR

$$5\ 000/100\ 000 \times 100 = 5\%$$

CPA

$$2000 / 200 = 10\ €$$

ROI

$$(10\ 000 - 2000)/2\ 000 \times 100 = 400\%$$

Outils d'analyse en communication digitale

Les entreprises utilisent des outils pour analyser leurs campagnes :

- Google Analytics
- Google Ads
- Meta Ads Manager

Ces outils permettent de suivre :

- trafic
- conversions
- performance des campagnes

Exemple de stratégie digitale

Une entreprise peut combiner plusieurs canaux :

SEO pour le trafic naturel

Publicité Google pour générer des ventes

Instagram pour la visibilité

Email marketing pour fidéliser les clients

Résumé des concepts clés

Concept Définition

Impression nombre d'affichages

Clic interaction avec le contenu

Concept **Définition**

Conversion action réalisée par l'utilisateur

CTR **taux de clic**

CPC **coût par clic**

CPA **coût par acquisition**

ROI **rentabilité d'une campagne**

Conclusion

La communication digitale repose sur :

- **une stratégie claire**
- **des canaux adaptés**
- **une analyse des données**

Elle combine :

marketing + technologie + analyse de données

=====