

Baromètre Kamp'n Facebook Ads

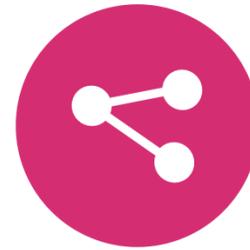
CPC - CPM - CTR

FOCUS E-COMMERCE & MEDIAS

Janvier - Juin 2021



Méthodologie



Les données de ce baromètre sont issues de la plateforme Kamp'n avec un regroupement par secteur d'activité :

- E-commerce
- Médias



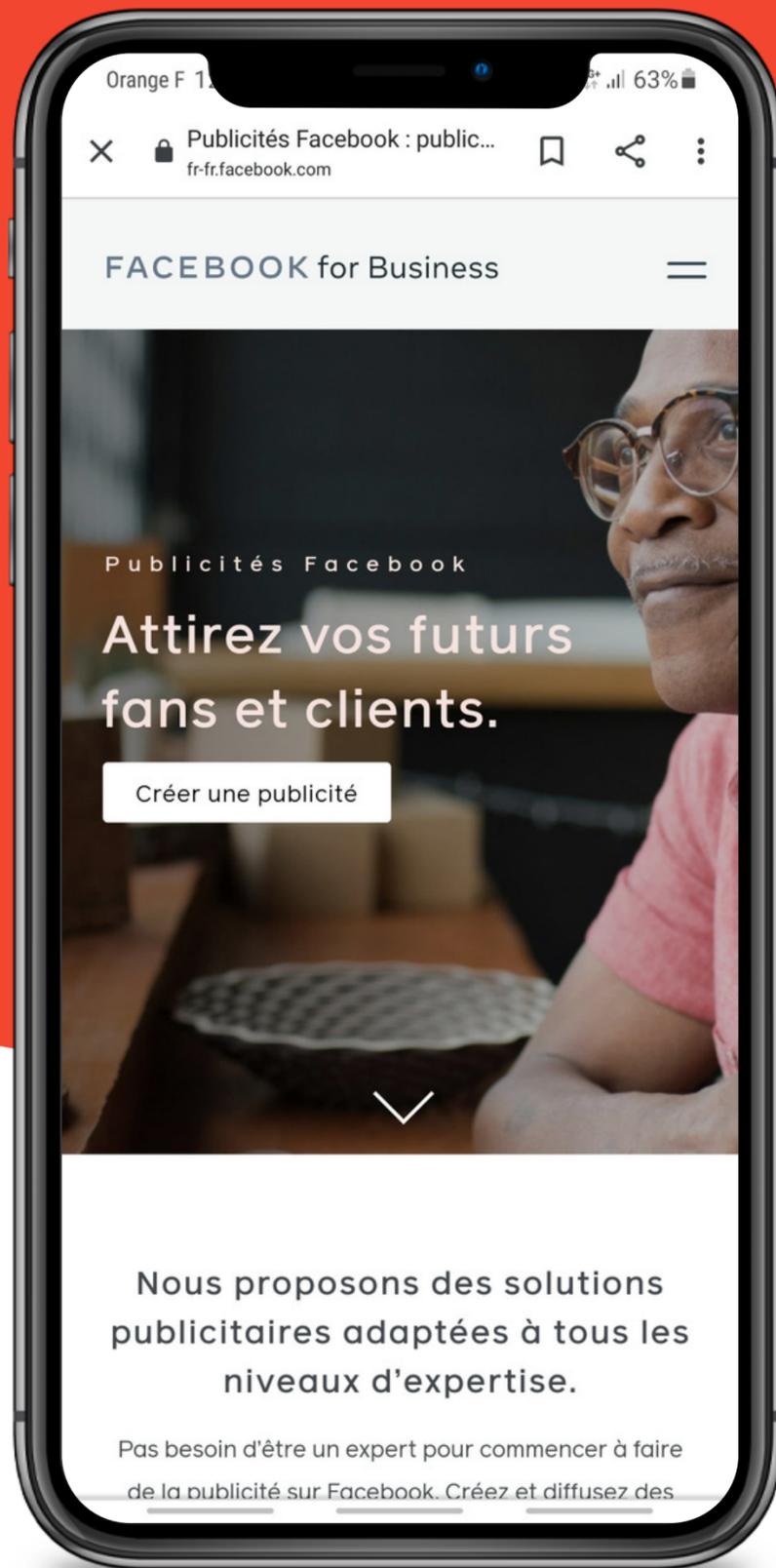
Les indicateurs analysés sont :

- CPC
- CPM
- CTR



Dans cette édition, vous retrouverez les analyses suivantes :

- Evolution des différents KPI entre le 1er semestre 2020 et le 1er semestre 2021, tous secteurs confondus
- Evolution des différents KPI pour le secteur du e-commerce et le secteur des médias



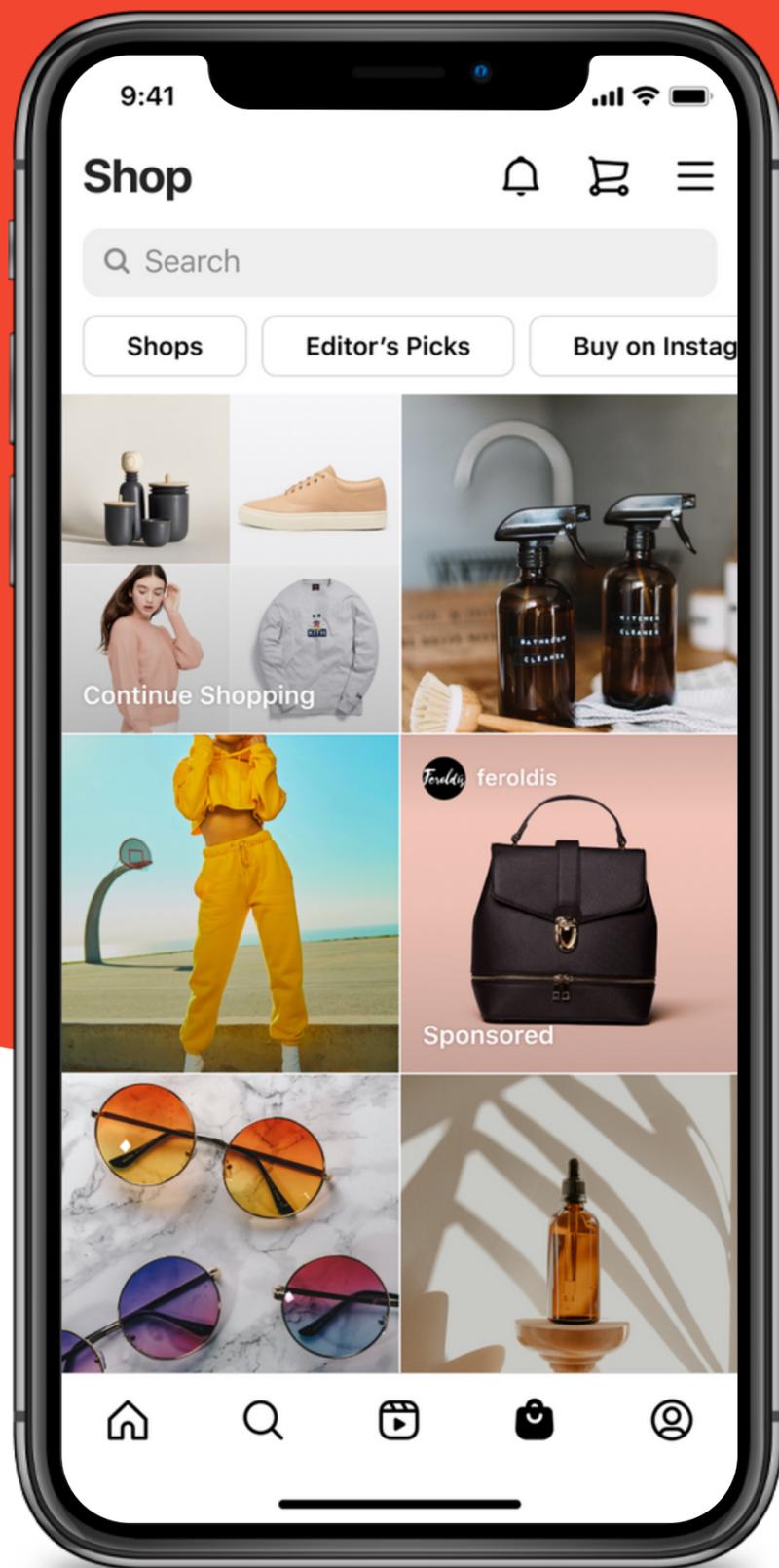
Janvier - Juin 2021

Des résultats toujours impactés par la situation sanitaire

En 2020, un confinement généralisé est annoncé sur l'ensemble du territoire français. Conséquence : de nombreux commerces, dits non essentiels, sont contraints de baisser le rideau pendant plusieurs mois. Ces mesures inédites ont complètement bousculé nos habitudes de consommation. Les sites de vente en ligne notamment ont vu leur fréquentation exploser.

Alors que l'on observe une hausse significative du temps passé par les internautes sur les réseaux sociaux, beaucoup d'annonceurs dans les domaines du tourisme, de l'événementiel, de l'automobile ou encore de la restauration ont tout simplement décidé de quitter les plateformes publicitaires.

Résultat : on observe une augmentation des espaces publicitaires disponibles suivie d'une diminution des CPM sur Facebook Ads.



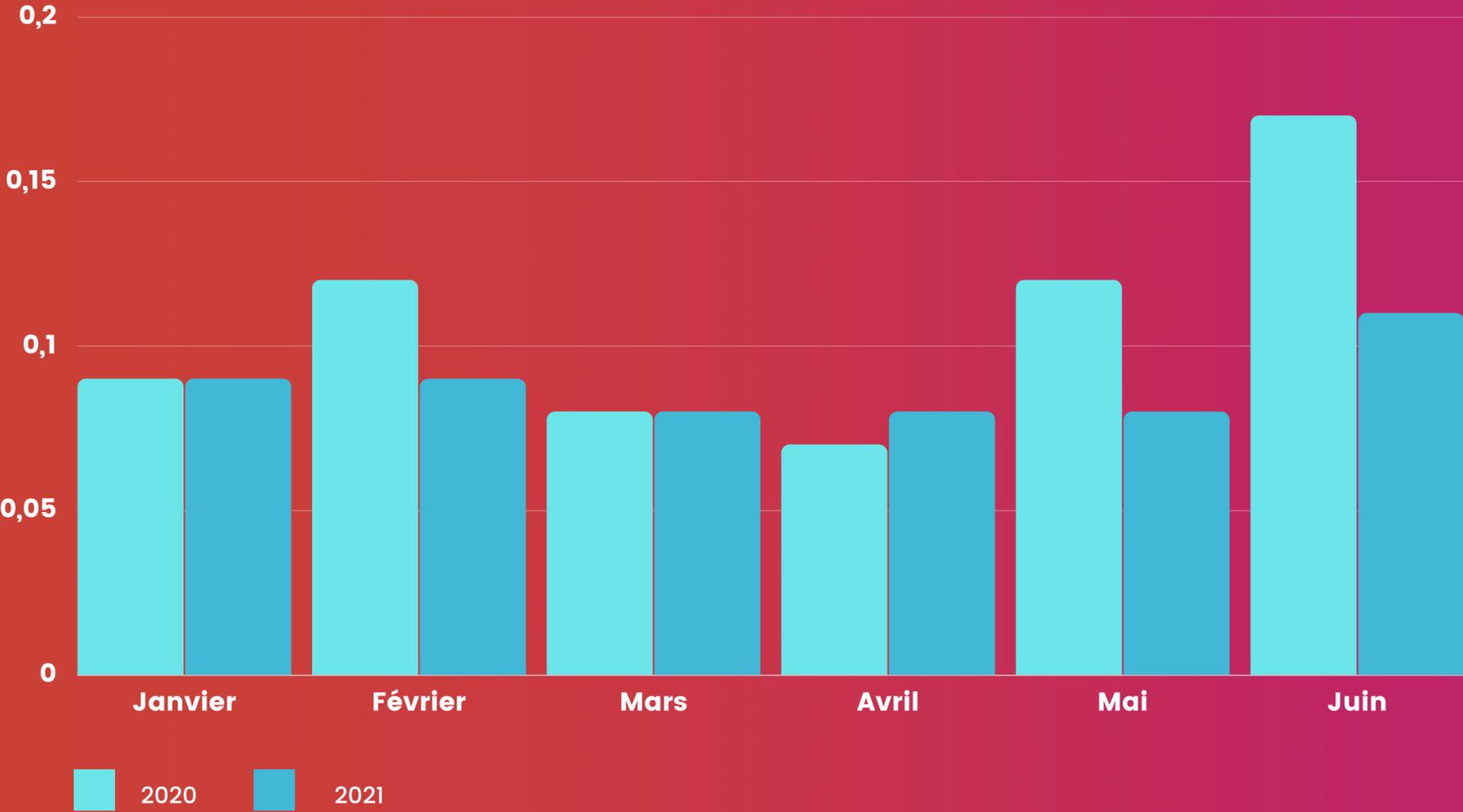
A compter d'avril 2020, les acteurs multicanaux ont augmenté drastiquement leur niveau de dépense sur les canaux d'acquisition qui permettent de générer des conversions rapidement (Facebook Ads et Google Ads).

Les CPM ont commencé à augmenter progressivement mais sans impact négatif sur le ROAS dans la mesure où il était porté par l'accélération de l'adoption du shopping en ligne. une tendance que l'on a pu constater tout au long de l'année 2020.

Et au cours du 1er semestre 2021, quelle a été la tendance ?

Evolution du CPC sur Facebook

Evolution 1er semestre 2021 vs 1er semestre 2020
Tous secteurs confondus

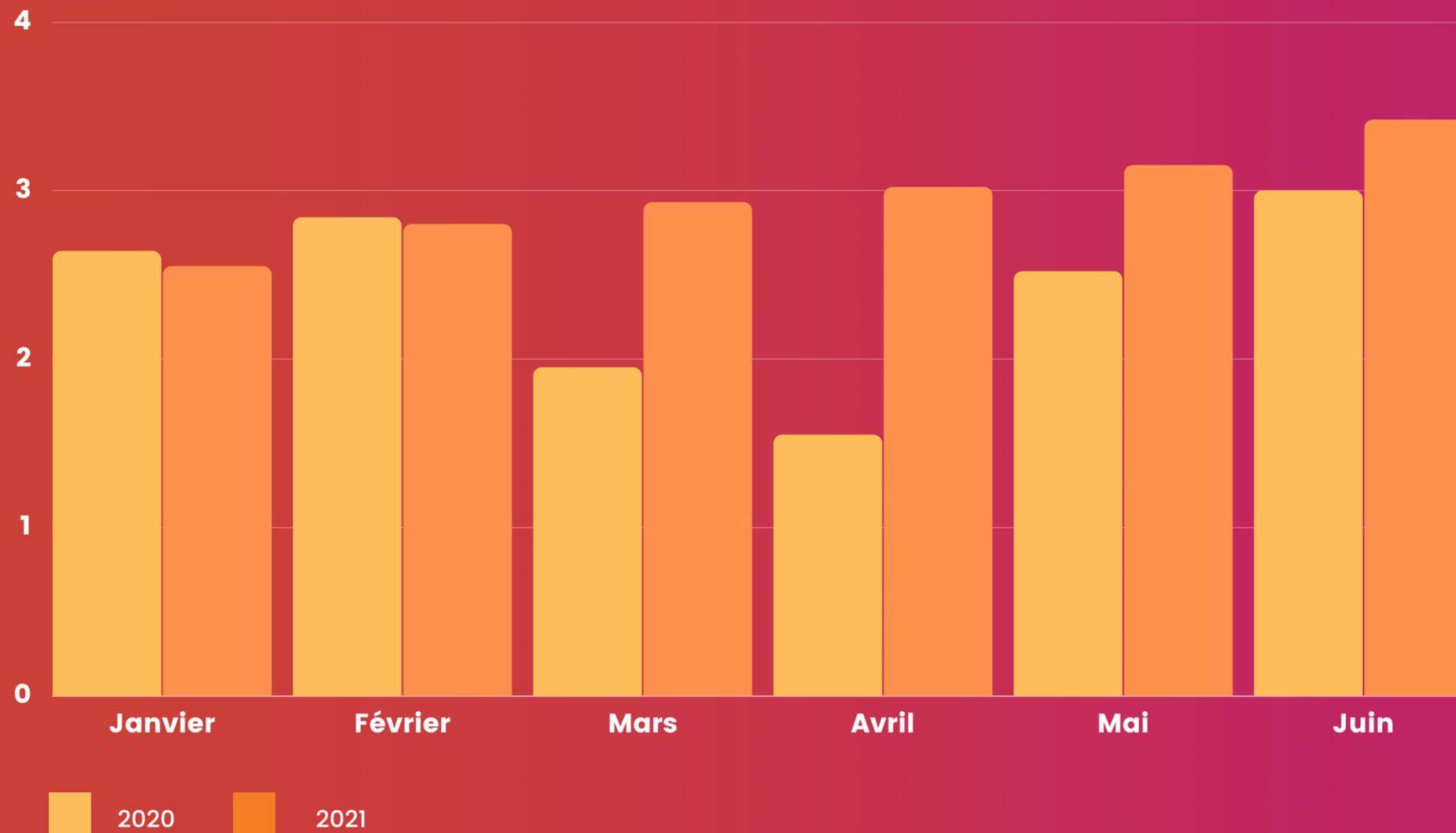


Début 2020, nous avons pu constater une baisse des dépenses publicitaires des marques sur Facebook et du CPC.



Evolution du CPM sur Facebook

Evolution 1er semestre 2021 vs 1er semestre 2020
Tous secteurs confondus



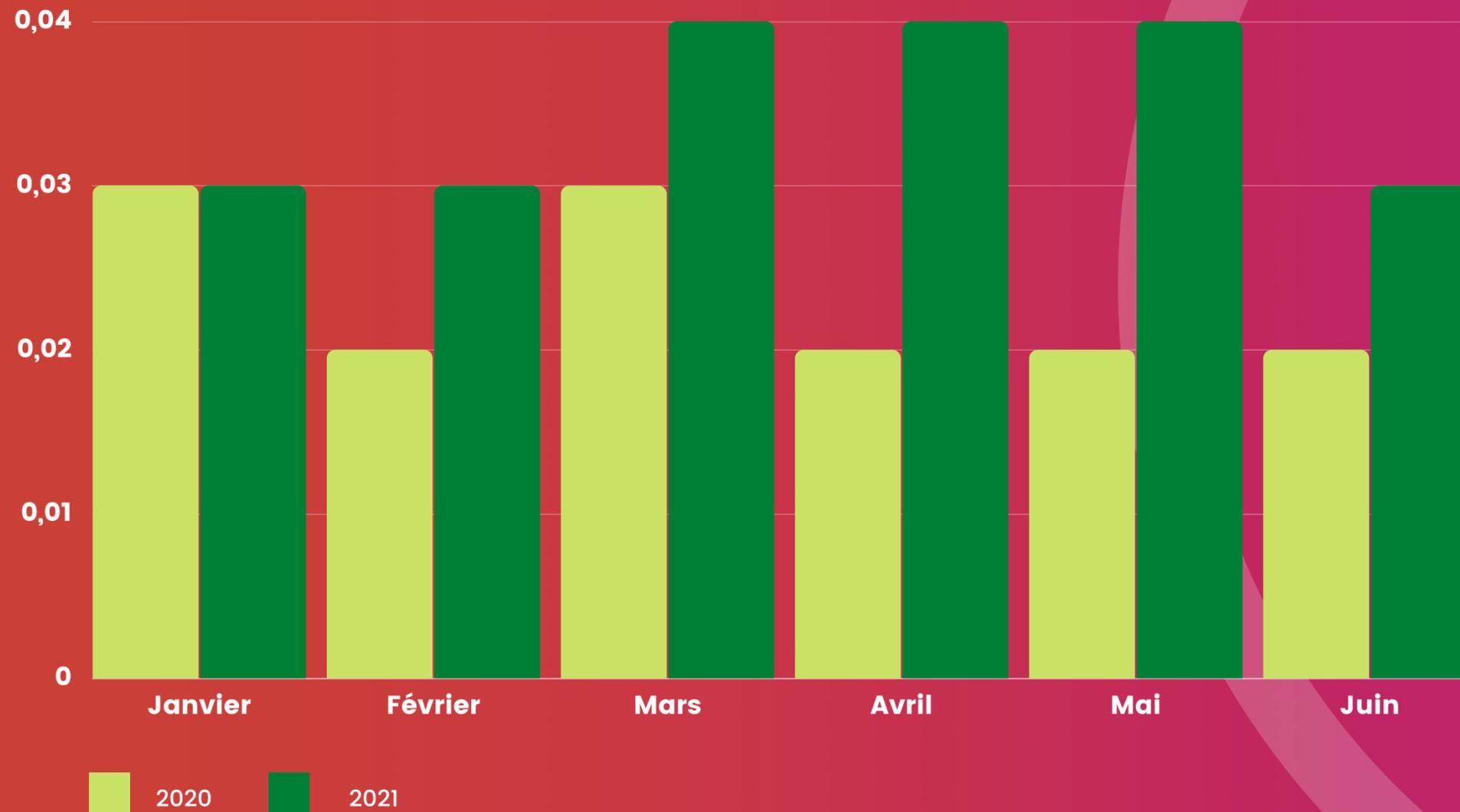
Avec le déconfinement, organisé en plusieurs étapes entre décembre 2020 et juin 2021, les Français ont passé de moins en moins de temps devant leurs écrans, et donc sur les réseaux sociaux.

Conséquences: une baisse du nombre d'espaces publicitaires disponibles qui a fait remonter les enchères sur ces espaces et donc les CPM.

Autre fait marquant : en juin 2021, les CPM ont dépassé le niveau de décembre 2020. Le mois de décembre étant généralement le mois durant lequel les CPM sont les plus hauts (+69%).

Evolution du CTR sur Facebook

Evolution 1er semestre 2021 vs 1er semestre 2020
Tous secteurs confondus



Entre 2020 et 2021, le CTR est passé du simple au double.
Cela s'explique notamment

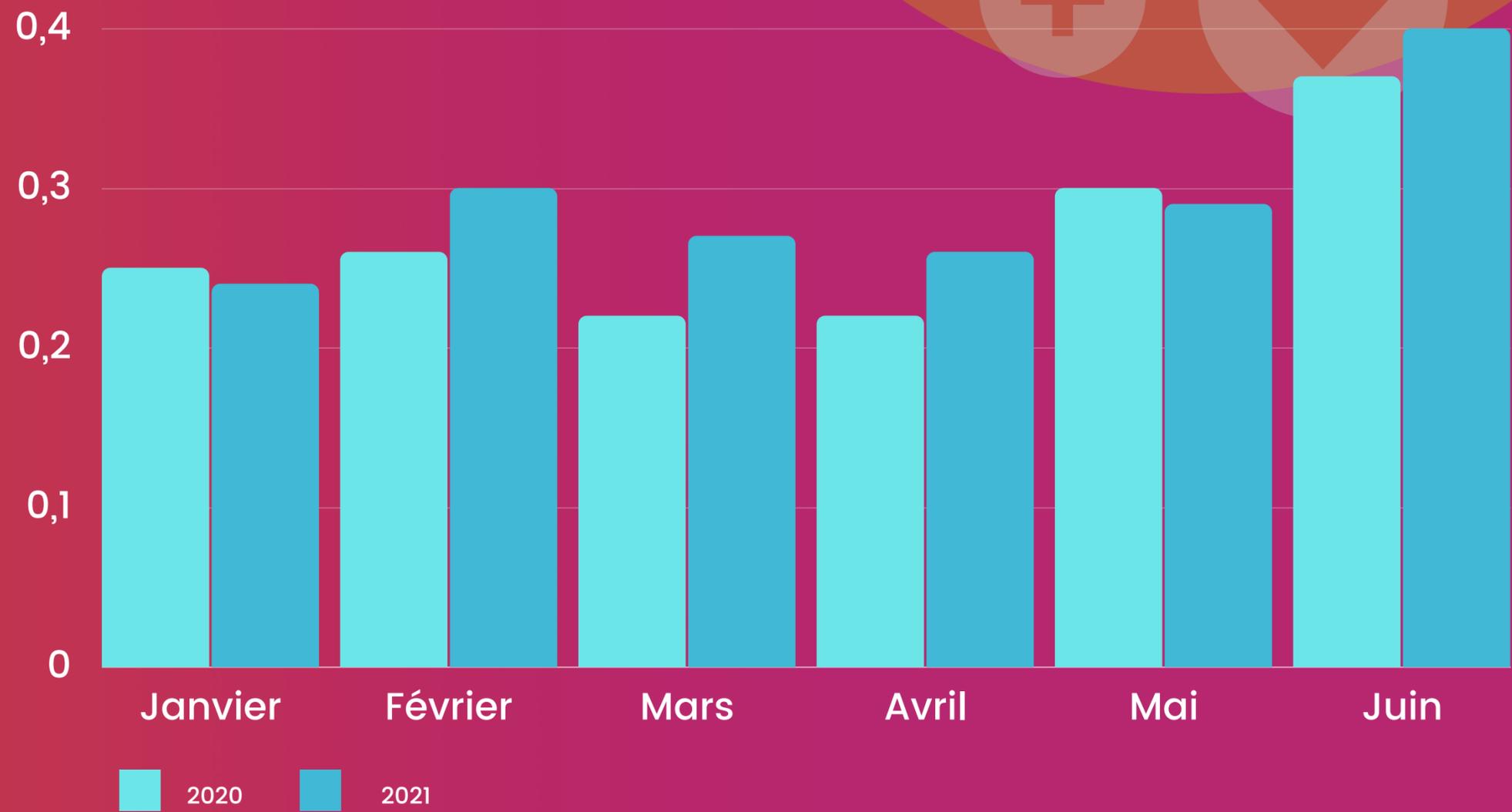


Evolution des KPI dans le e-commerce

Evolution du CPC Facebook Secteur e-commerce

Juin : l'effet soldes

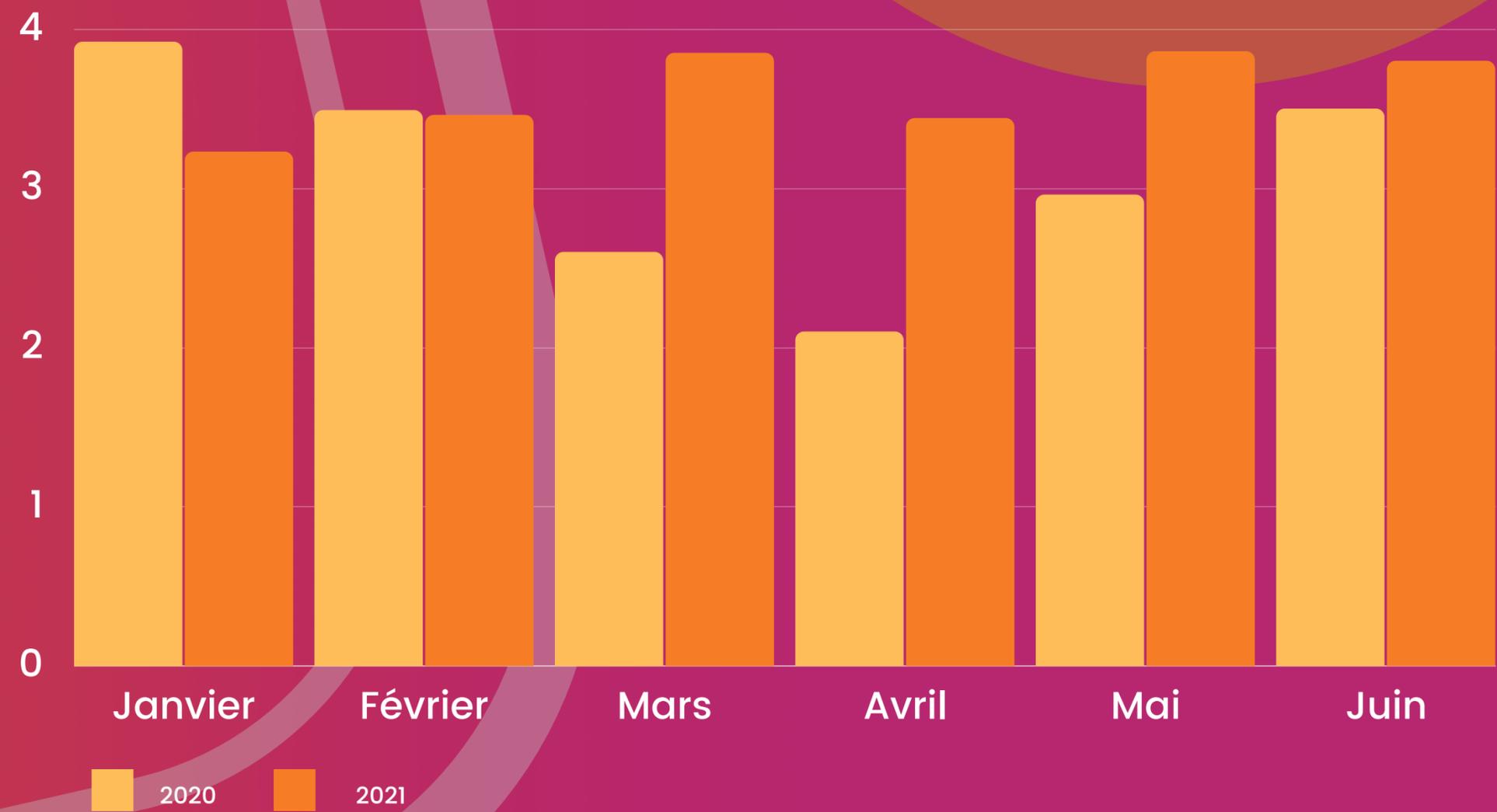
Evolution 1er semestre 2021 vs 1er semestre 2020
E-commerce



Evolution du CPM Facebook Secteur e-commerce

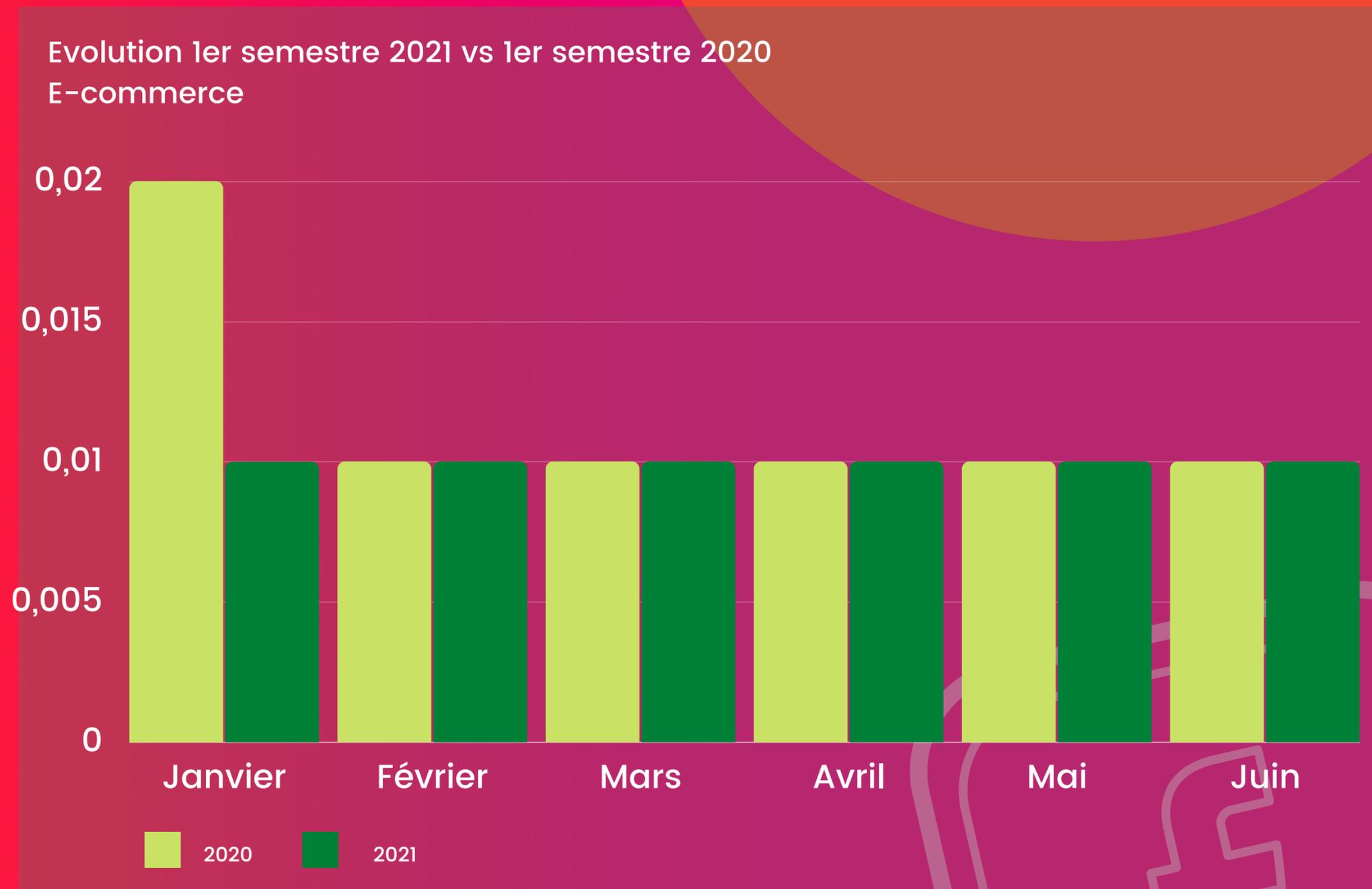
Les présentations sont des outils de communication pouvant être utilisés comme des démonstrations, des conférences, des discours, des rapports et bien plus encore. La plupart du temps, elles sont présentées en public. Elles servent divers objectifs, ce qui en fait de puissants outils pour convaincre et éduquer.

Evolution 1er semestre 2021 vs 1er semestre 2020
E-commerce



Evolution du CTR Facebook Secteur e-commerce

Les présentations sont des outils de communication pouvant être utilisés comme des démonstrations, des conférences, des discours, des rapports et bien plus encore. La plupart du temps, elles sont présentées en public. Elles servent divers objectifs, ce qui en fait de puissants outils pour convaincre et éduquer.

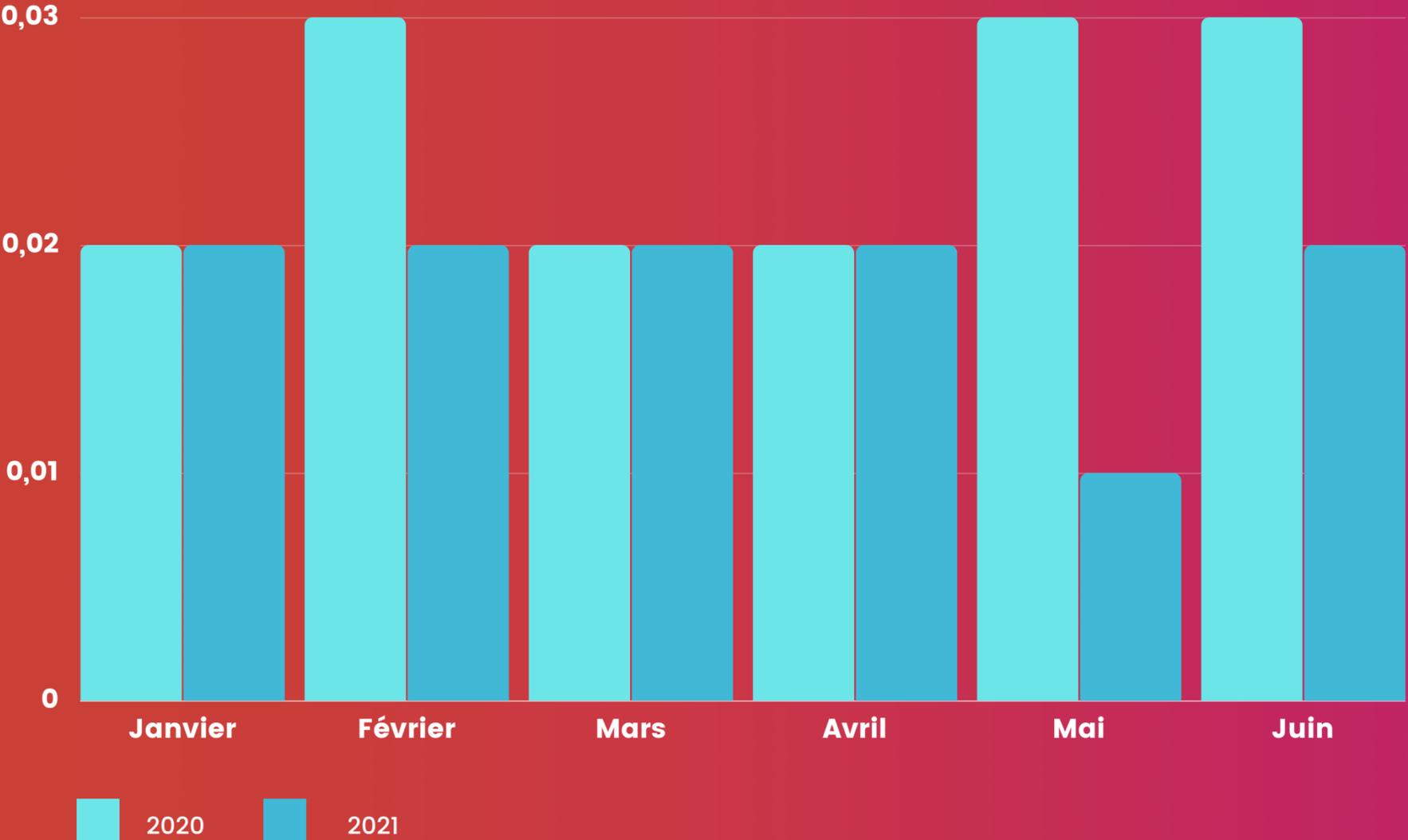


Evolution des KPI dans les médias



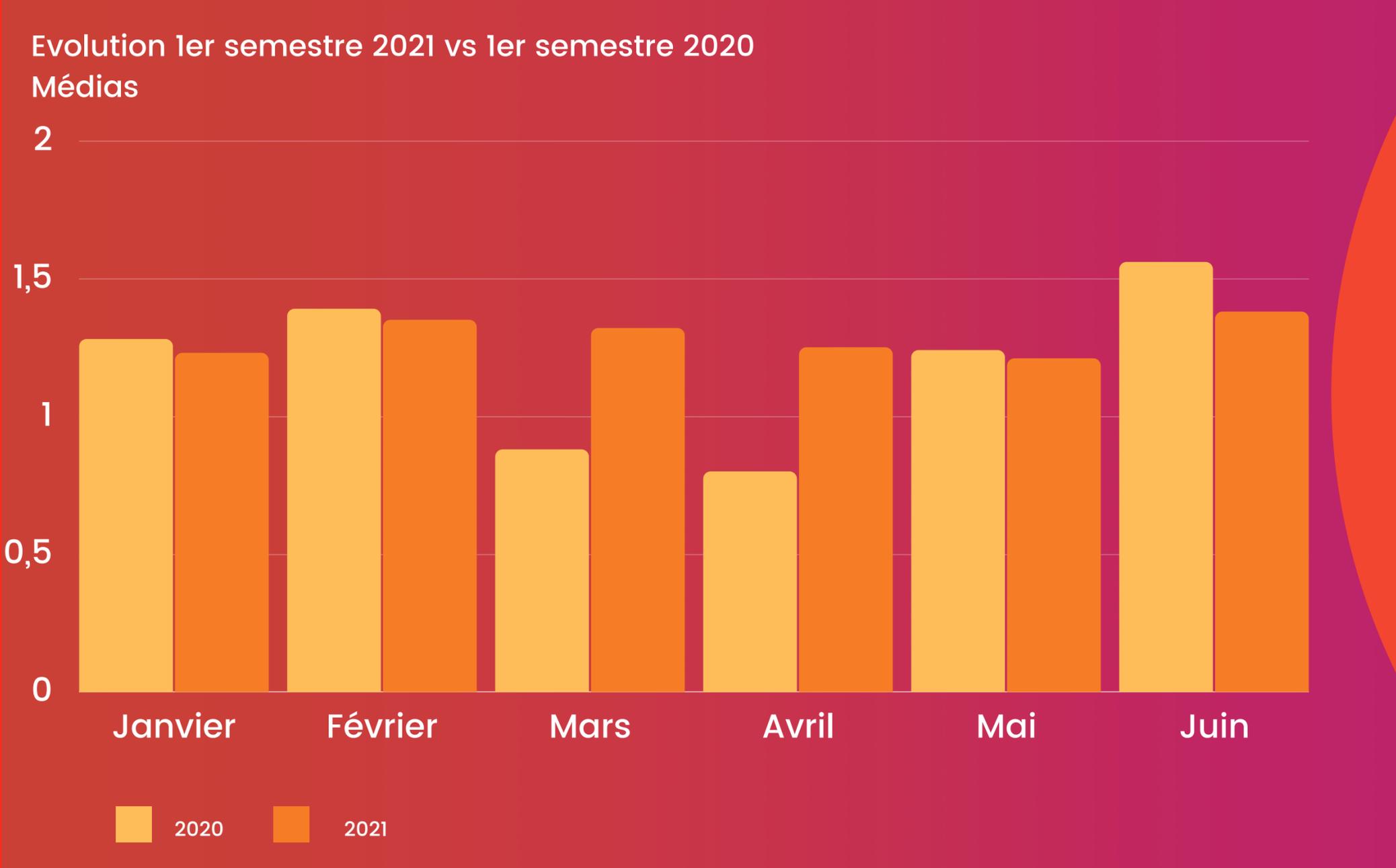
Evolution du CPC Facebook Secteur Médias

Evolution 1er semestre 2021 vs 1er semestre 2020
Médias



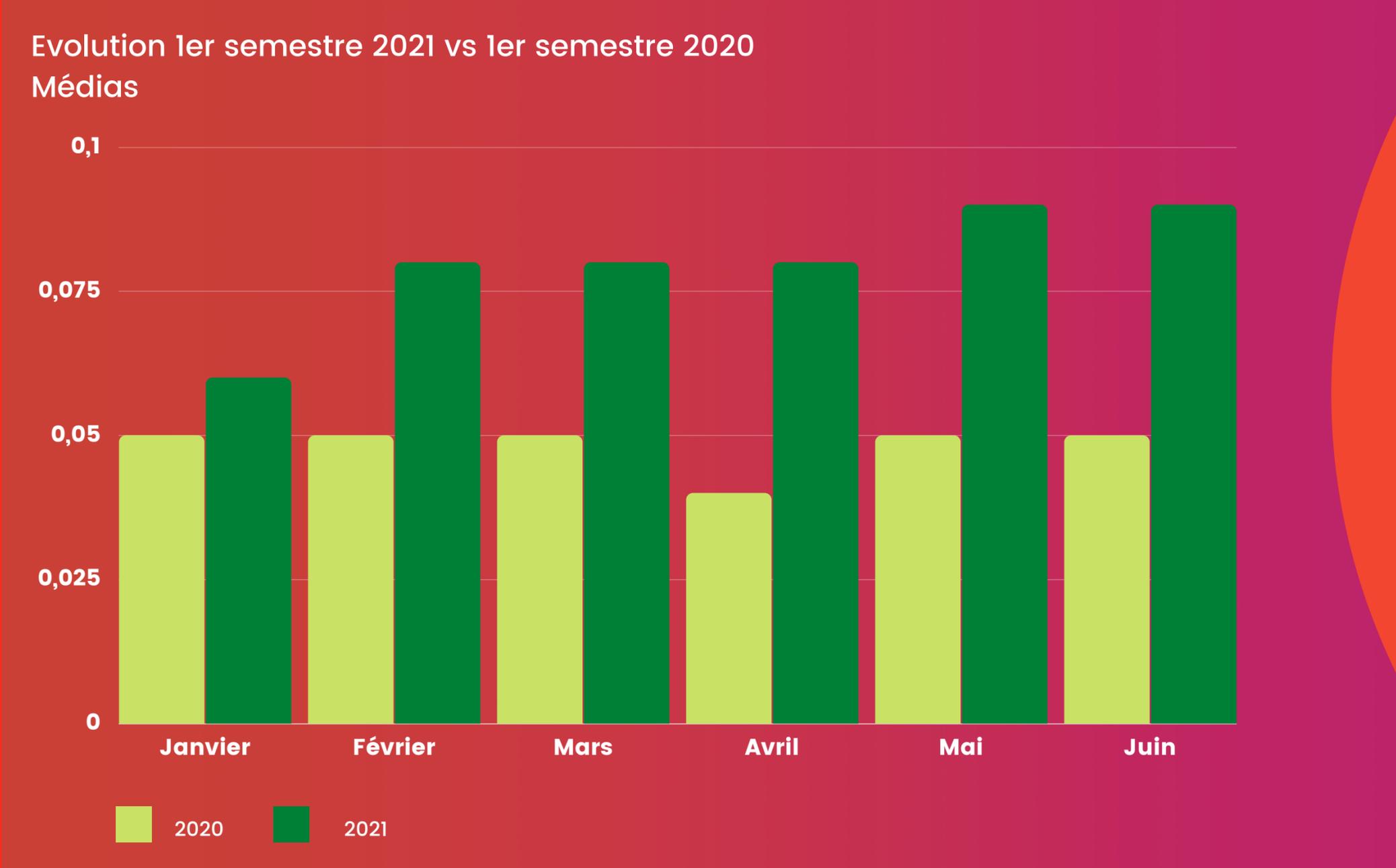
Les présentations sont des outils de communication pouvant être utilisés comme des démonstrations, des conférences, des discours, des rapports et bien plus encore. La plupart du temps, elles sont présentées en public. Elles servent divers objectifs, ce qui en fait de puissants outils pour convaincre et éduquer.

Evolution du CPM Facebook Secteur Médias



Les effets du confinement sur le secteur des médias sont évidents, avec une baisse très nette du CPM en mars et avril.

Evolution du CTR Facebook Secteur Médias



Après une année 2020 marquée par des CTR très bas, une véritable tendance à la hausse s'est installée depuis le début de l'année 2021.

10001010
01110010
01100010



Votre partenaire pour accélérer la croissance
de vos campagnes Facebook, Instagram & Google

www.kampn.com

info@kampn.com

