

leboncoin
Publicité



LeCube

la bonne offre vidéo InStream

slide 1/30

leboncoin
Publicité





Leboncoin

1. les annonceurs TV qui souhaitent élargir leur reach auprès d'une audience complémentaire.
2. les annonceurs vidéo en digital
3. les annonceurs leboncoin qui souhaitent capitaliser sur le format vidéo InsStream.

slide 3/30



leCube

les plus de l'offre

1. des ciblages pertinents et exclusifs construits à partir de la donnée leboncoin.
2. un univers de diffusion « brandsafe » pour des formats impactant selon des objectifs de notoriété et d'engagement.
3. un produit clé en main: programmation, optimisation et bilan gérées par un médiatrader dédié.

slide 5/30

leboncoin
Publicité





YouTube

que font nos utilisateurs sur YouTube ?

69% des utilisateurs leboncoin consomment du YouTube,
46% d'entre eux sont de gros consommateurs, ils s'y rendent au moins 1 fois par jour
ils restent en moyenne plus de 30 min par jour sur YouTube

(source: TGI 2021)

slide 6/30

leboncoin
Publicité



Le

pourquoi leboncoin s'associe-t-il avec YouTube ?

les utilisateurs leboncoin sont de gros consommateurs YouTube.
cette dernière est la plateforme de référence sur le marché de la vidéo.

avec LeCube, leboncoin associe la richesse et la pertinence de sa donnée à
des formats impactant devenus incontournables (la vidéo représente 42%
des investissements display dont 90% en InStream).

slide 4/30

leboncoin
Publicité



Top centres d'intérêt de contenu influenceurs YouTube :

slide 7/30

| Contenu influenceurs | Indice d'affinité |
|------------------------------------|-------------------|
| Produits destinés aux enfants | 200 |
| Produits d'entretien | 194 |
| Programmes TV | 193 |
| Emplois / Carrière | 193 |
| Programmes radio | 190 |
| Banque / Finance / Assurance | 187 |
| Articles de presse | 185 |
| Voitures | 185 |
| Décoration / Ameublement | 184 |
| Boissons non alcoolisées | 181 |
| Théâtre / Expositions / Spectacles | 181 |
| Vacances / Voyages | 181 |
| Santé / Bien-être | 180 |
| Beauté / Hygiène | 180 |
| Electroménager | 180 |
| Boissons alcoolisées | 179 |
| Mode | 179 |
| Alimentation | 178 |
| Gastronomie / Restaurants | 177 |
| Musique | 172 |
| Bricolage / Jardinage | 170 |
| Technologies / High-Tech | 170 |
| Films | 170 |
| Livres / Lectures | 170 |
| Sports | 168 |
| Politique / Affaires publiques | 165 |
| Jeux-vidéo / Consoles | 162 |

quel format choisir ?

slide 7/30

leboncoin
Publicité



InStream

non-skipppable

14€ CPM

Objectifs

travailler la notoriété de sa marque

toucher le plus grand nombre d'utilisateurs
possibles au sein d'une audience cible

KPIs de notoriété

vues, impressions, utilisateurs uniques

les annonces sont diffusées **avant, pendant** ou
après d'autres vidéos.

les annonces InStream non
skipppables durent jusqu'à **15 sec.**

les utilisateurs n'ont **pas**
la possibilité de les ignorer.

InStream

skippable

0,03€ CPV_{ue}

Objectifs

développer et mesurer l'intérêt pour sa marque, ses produits

booster les décisions d'achat

KPIs de décision d'achat

taux d'affichage, durée de visionnage

les annonces sont diffusées **avant**,
pendant ou **après** d'autres vidéos.

l'utilisateur peut choisir d'ignorer
l'annonce après un délai de **5 sec.**

la vidéo doit **durer 12 secondes**
minimum et ne pas excéder 3 min.
elle est considérée comme vue par YouTube
au bout de 30 sec ou dans son intégralité si
elle dure moins longtemps.

Bumper ad

8€ CPM

Objectifs

maximiser la portée d'un message (reach) en élargissant ses audience

booster la mémorisation de la publicité initiale avec une annonce percutante (faire du teasing ou compléter son message)

KPIs de notoriété

vues, impressions, utilisateurs uniques

les annonces sont diffusées **avant**, **pendant** ou **après** d'autres vidéos.

l'annonce dure jusqu'à **6 sec.**

les utilisateurs n'ont **pas** la possibilité de les ignorer.

la donnée leboncoin dans l'environnement Youtube

slide 11/30

leboncoin
Publicité

LeCube

une donnée exclusive et pertinente

très peu d'acteurs ont la possibilité d'intégrer leur donnée sur DV360, **c'est une vraie caution sur la qualité de la donnée leboncoin.**

sur les tests menés pour comparer les performances de la donnée Google VS leboncoin, **la data leboncoin offre de meilleurs résultats en termes de complétion et de clic.**

la donnée Google pourra être utilisée à la discrétion du trafic manager en optimisation de campagne.

slide 12/30

YouTube

les campagnes vidéos Le Cube ne sont diffusées que sur la plateforme YouTube et pas dans le réseau display de YouTube.

le trafic peut proposer des environnements de diffusion affinitaires et blacklister certaines chaînes.

la diffusion s'opère **dans un environnement brandsafe audité par Adloox.**

Les campagnes vidéos Le Cube sont diffusées sur le site et l'application YouTube mais **nous ne pouvons pas définir la ventilation ni restituer des résultats par plateforme.**

plus de 75%

des vidéos YouTube sont aujourd'hui visionnées sur mobile. Nous recommandons de prévoir dans les créas des formats carrés et verticaux adaptés.

le format bumper ad est particulièrement adapté à l'expérience utilisateur mobile.



LeCube

5 jours ouverts pour lancer

slide 19/30





LeCube

Budget minimum

5K€

par format

slide 20/30

leboncoin
Publicité



éléments à fournir

budget / durée / segments choisis/ventilation budgétaire par format (1 élément par format dans l'OI)

- + lien de redirection
- + éléments de tracking client

specs vidéos : <https://support.google.com/displayvideo/answer/3129957?hl=fr>

exigences techniques

types de fichiers

.avi, .mov, .mp4, .m4v, .mpeg, .mpg, .ogv, .webm & .wmv

formats

- **Le nom du fichier** ne peut pas comporter plus de 50 caractères et seuls les caractères ASCII sont autorisés.
- **VAST** : Display & Video 360 accepte les spécifications VAST 2.0, VAST 3.0 et VAST4.0. Vous pouvez également utiliser les wrappers VAST. Toutefois, nous vous recommandons de vous limiter à deux wrappers pour éviter les problèmes de diffusion sur les places de marché.
- **VPAID** : Display & Video 360 est compatible avec le format VPAID HTML5 par le biais de la spécification VPAID 2.0. Dans Display & Video 360, vous ne pouvez pas importer directement de créations VPAID. Vous devez les importer dans Studio et les synchroniser à l'aide de Campaign Manager 360. Pour les créations VPAID tierces, respectez les instructions présentées dans la section "Tags VAST tiers" ci-dessous.
- **Taille** : la taille maximale des créations vidéo hébergées par Display & Video 360 est de 1 Go. Importez toujours les fichiers sources avec les spécifications les plus exigeantes pour que Display & Video 360 puisse transcoder l'élément en autant de fichiers à diffuser que possible. Toutefois, la taille de fichier maximale peut varier d'une place de marché à l'autre. Veuillez donc prévoir cette éventualité.
- **Proportions** : Display & Video 360 accepte les créations vidéo dans les proportions ci-dessous.
 - Les vidéos horizontales ou en mode paysage doivent respecter le format 16:9 (par exemple, 640 × 360) ou 4:3 (par exemple, 640 × 480).
 - Les vidéos verticales ou en mode portrait doivent respecter le format 9:16 (par exemple, 360 x 640) ou 3:4 (par exemple, 480 × 640).
- **URL de destination** : vérifiez qu'une URL de destination est spécifiée pour la création. Sachez que l'URL de destination s'ouvre dans une nouvelle fenêtre.

Leboncoin

Publicité

slide 30/30

leboncoin
Publicité

