

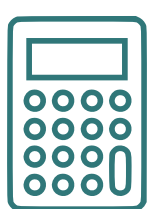


BENCHMARK
KPI LinkedIn Ads



- CTR ("*Click Through Rate*") : taux de clic
- CPC ("*Cost Per Click*") : coût par clic
- CPL ("*Cost Per Lead*") : coût par lead
- *Engagement rate* : taux d'engagement
- *LinkedIn Message Ads*
- *LinkedIn Video Ads*

CTR ("Click Through Rate") : taux de clic

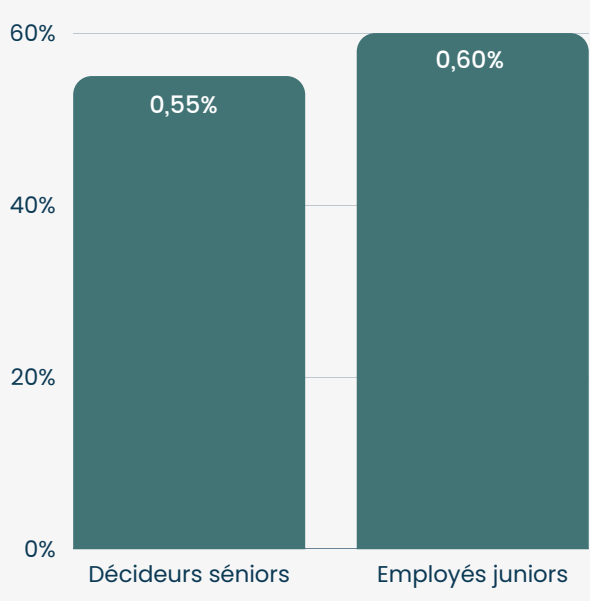


$(\text{Clics} / \text{impressions}) \times 100 = \text{CTR}$
Par exemple, si vous enregistrez 7 clics et 100 impressions, votre CTR est de 7%

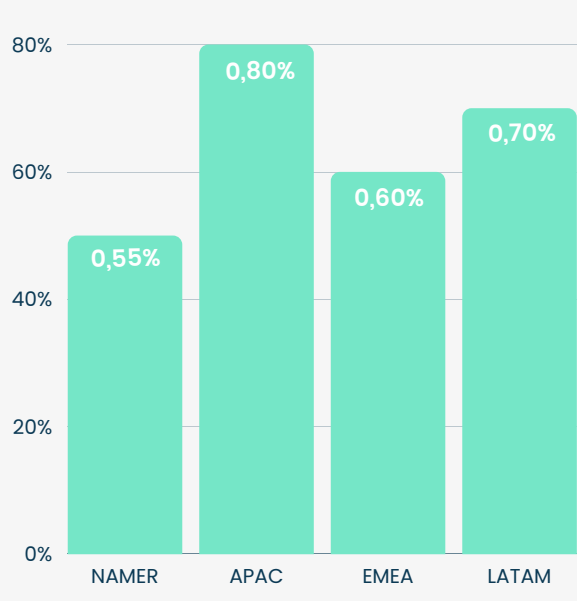


Le CTR moyen mondial pour le "Sponsored content" se situe entre **0,44%** et **0,65%**. Ce chiffre varie considérablement en fonction des pays ou des régions

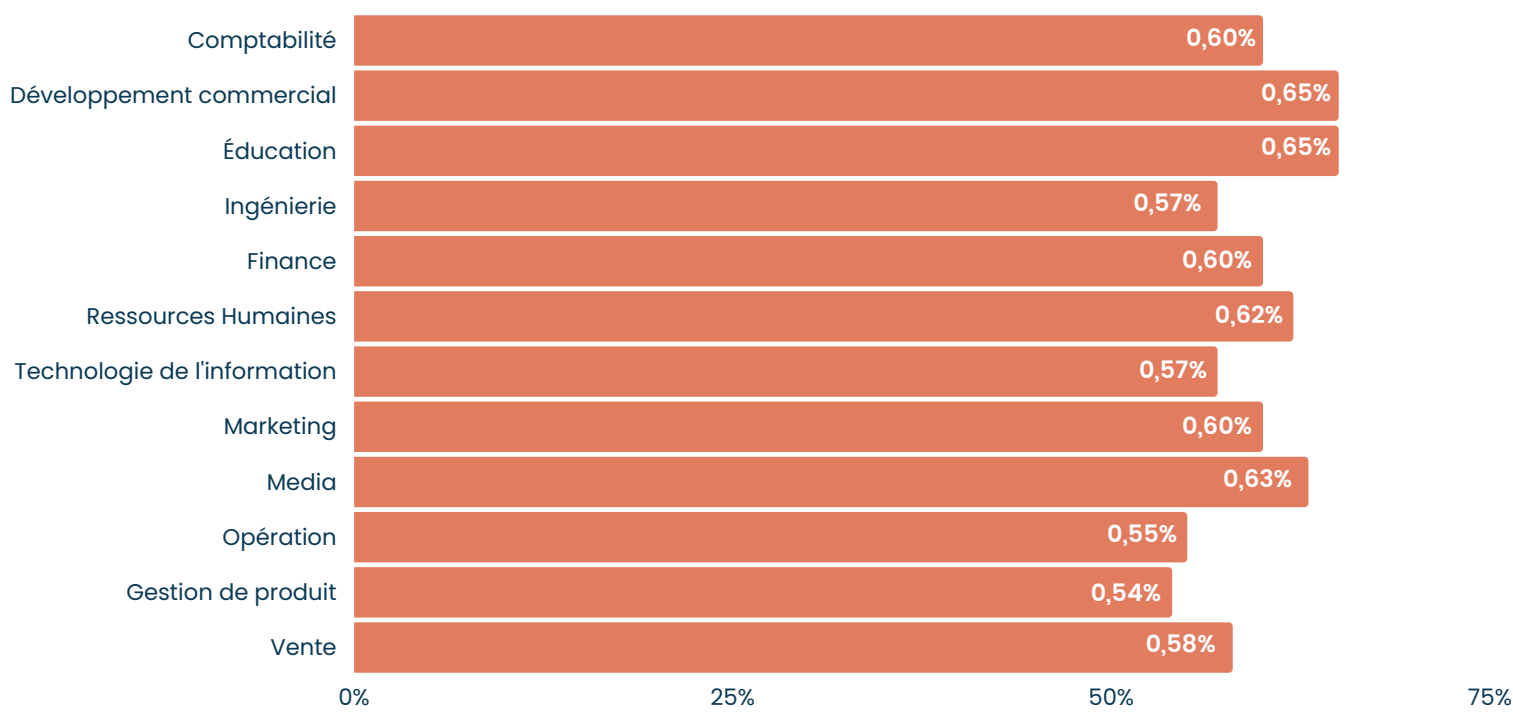
HIERARCHIE



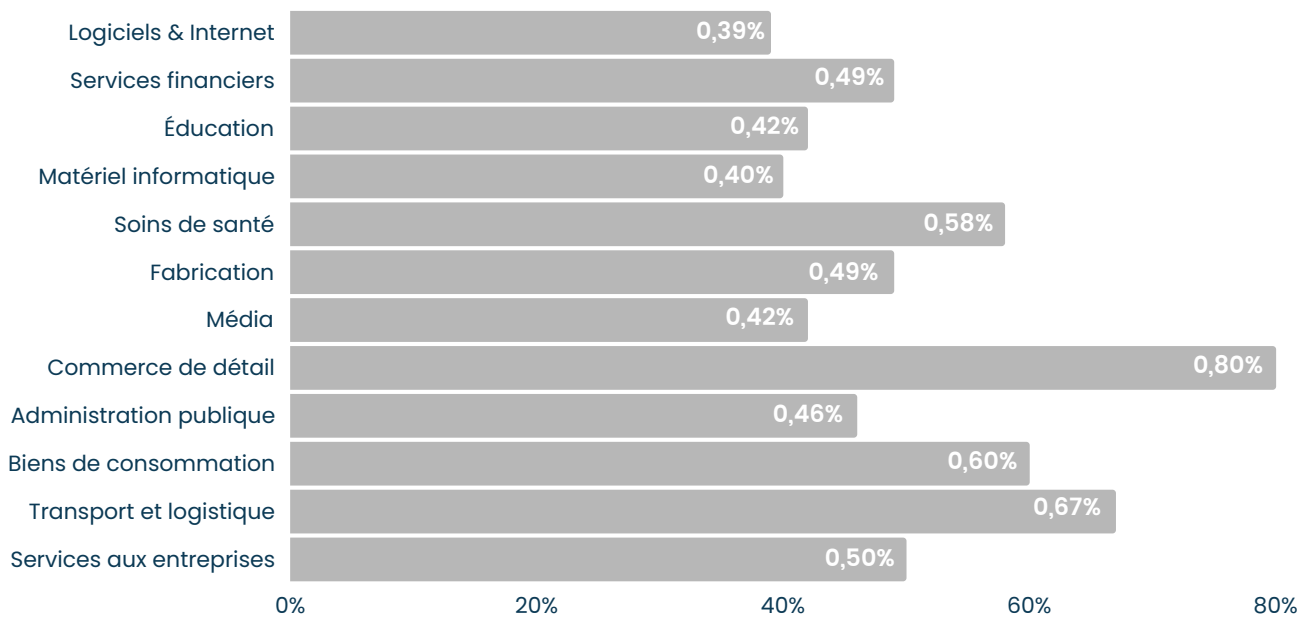
RÉGION



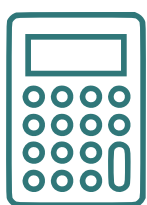
FONCTION



SECTEUR D'ACTIVITÉ



CPC ("Cost Per Click") : coût par clic

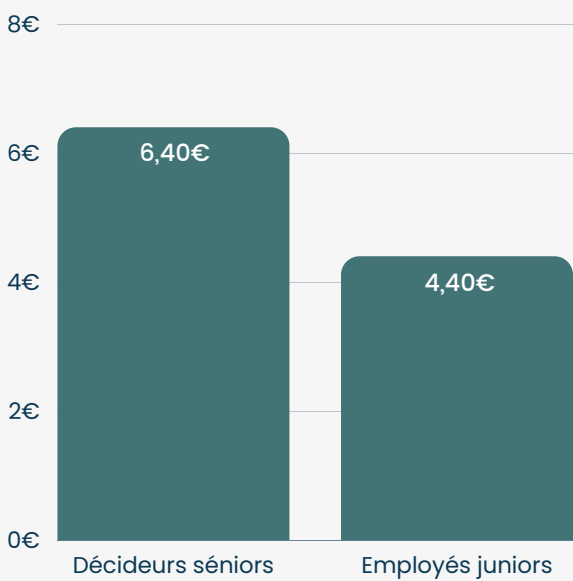


(Budget total/nombre de clics = CPC)
Par exemple, si vous avez dépensé 300€ et obtenu 350 clics, votre CPC moyen est de 0,86€.

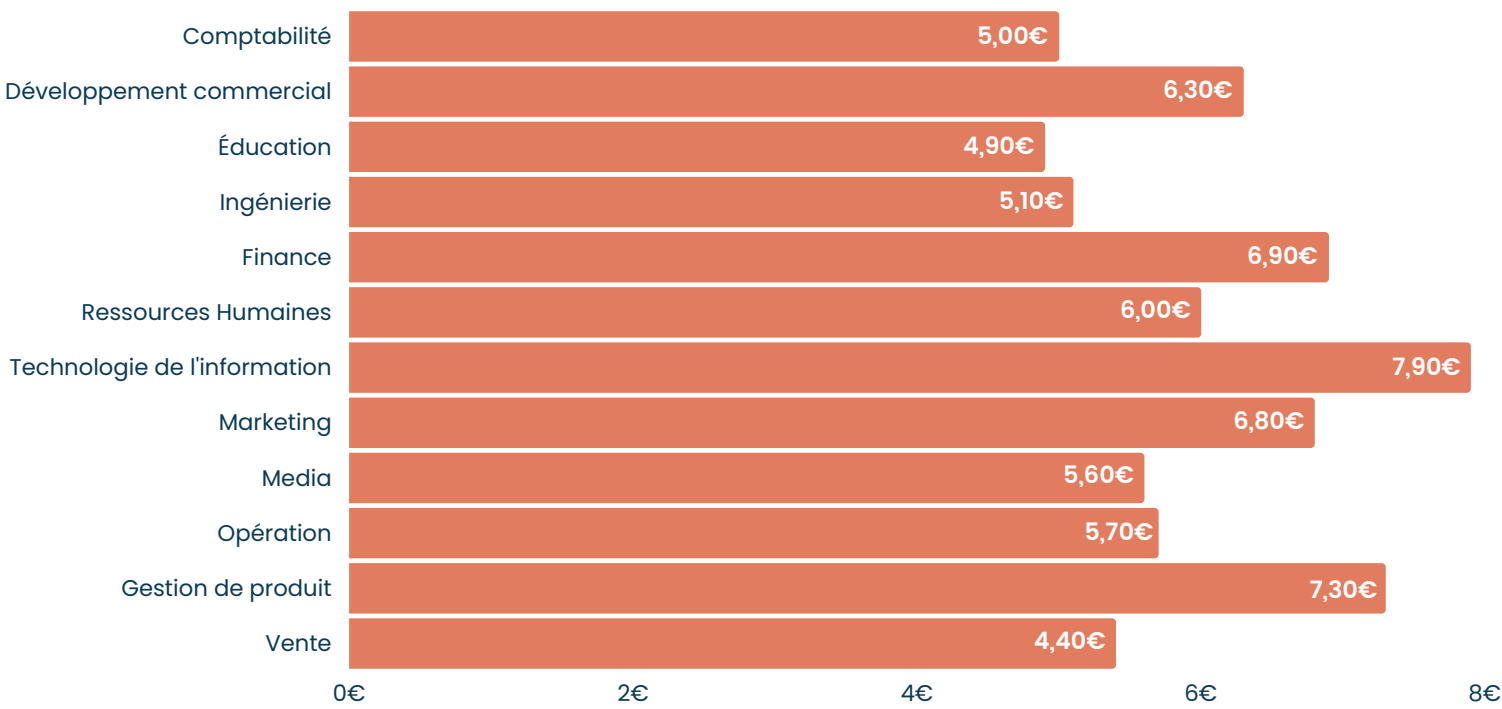


Le CPC de référence pour LinkedIn est de **5,58€** au niveau mondial.

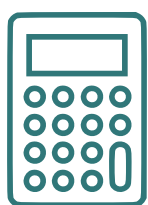
HIERARCHIE



FONCTION



CPL ("Cost Per Lead") : coût par lead

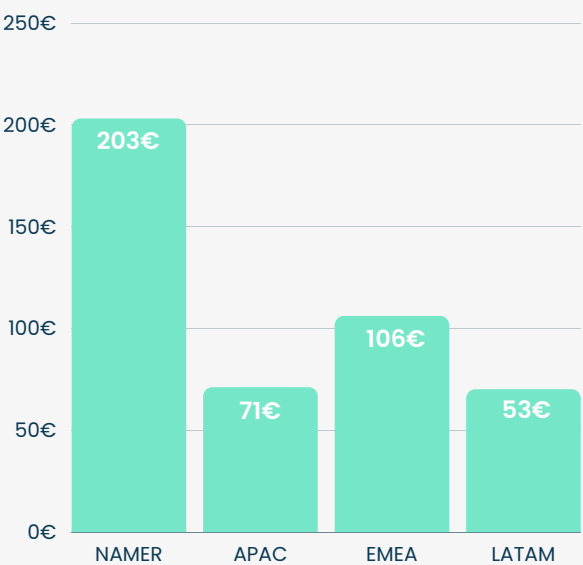


Budget total/nombre de leads obtenus = CPL
Par exemple, si vous avez dépensé 3 000€ et obtenu 100 leads, votre CPL est de 30€.

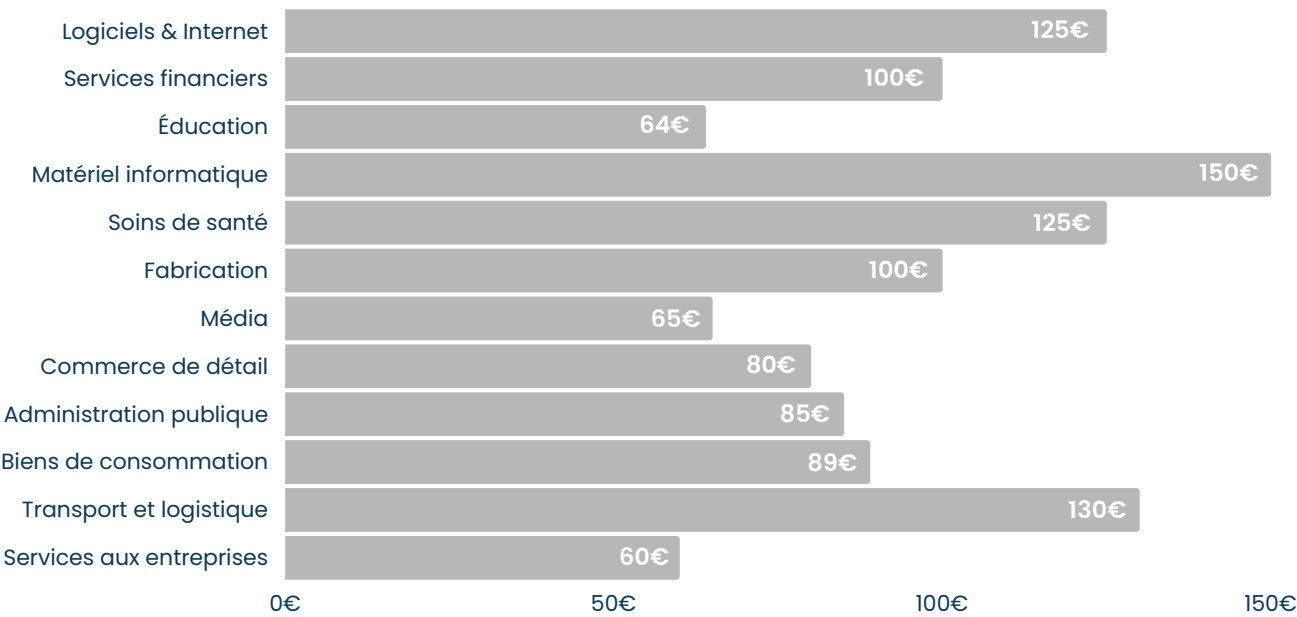


Le CPL mondial varie entre **14,71€** et **343,32€**.
Cet écart est dû à la variété des audiences, des formats présents dans LinkedIn, des offres, et des créations propres à tout annonceur.

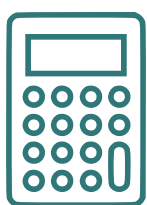
RÉGION



SECTEUR D'ACTIVITÉ



Engagement rate : taux d'engagement



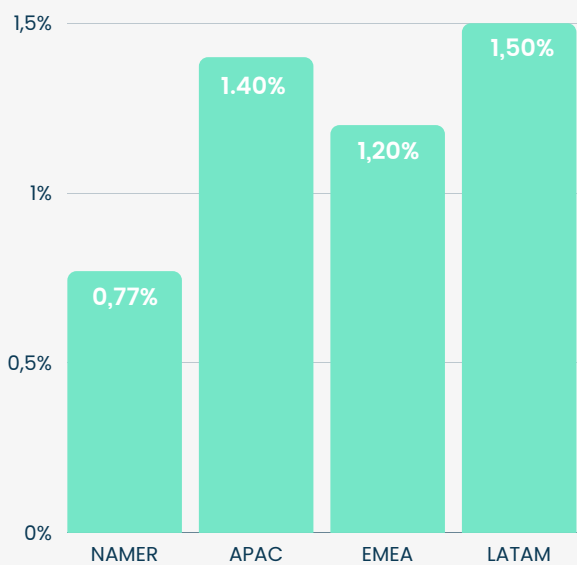
$(\text{Interactions} / \text{impressions}) \times 100 = \text{taux d'engagement}$
Si le nombre d'interactions est de 132, et le nombre d'impressions est de 5 840, le taux d'engagement sur le post est alors de 2,26%.



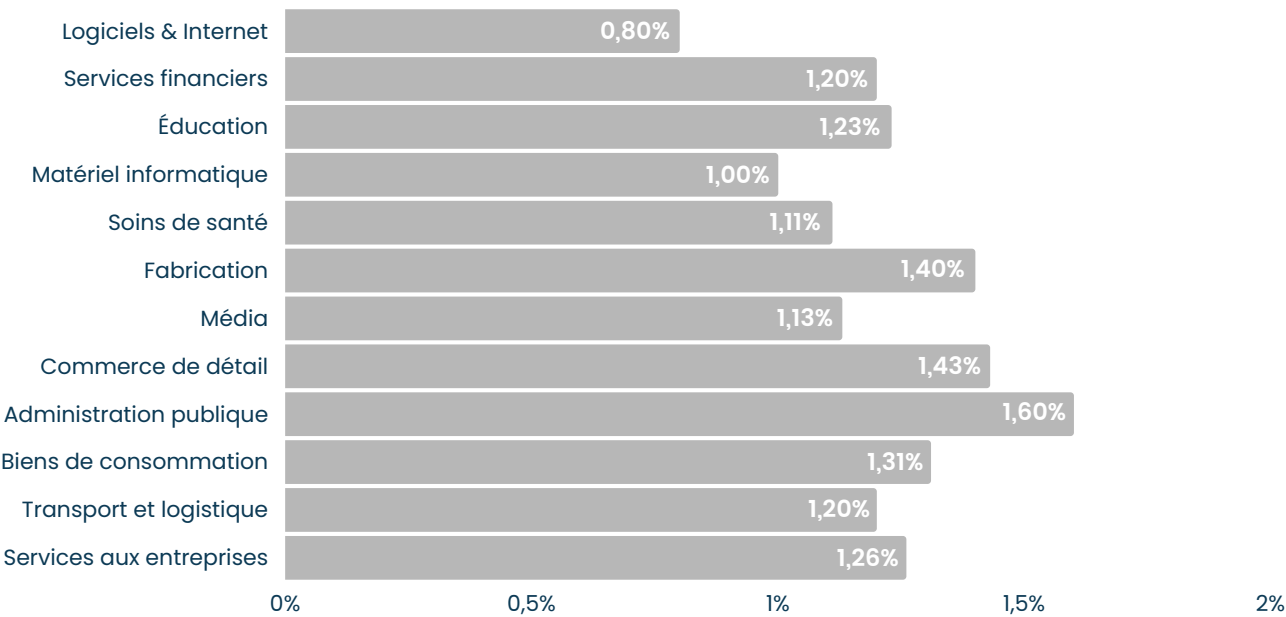
Moyenne au niveau mondial du taux d'engagement sur le contenu sponsorisé :

- Contenu sponsorisé **non vidéo** : **0,5 %**
- Contenu sponsorisé **vidéo** : **1,6 %**

RÉGION



SECTEUR D'ACTIVITÉ



LinkedIn Message Ads

*À noter : LinkedIn a suspendu les Message Ads et les Conversation Ads pour les membres ciblés en Europe.



Moyenne au niveau mondial :

- Message Ads / CTR : **3,6%**
- Message Ads / Taux d'ouverture : **38%**

Moyenne au niveau mondial :

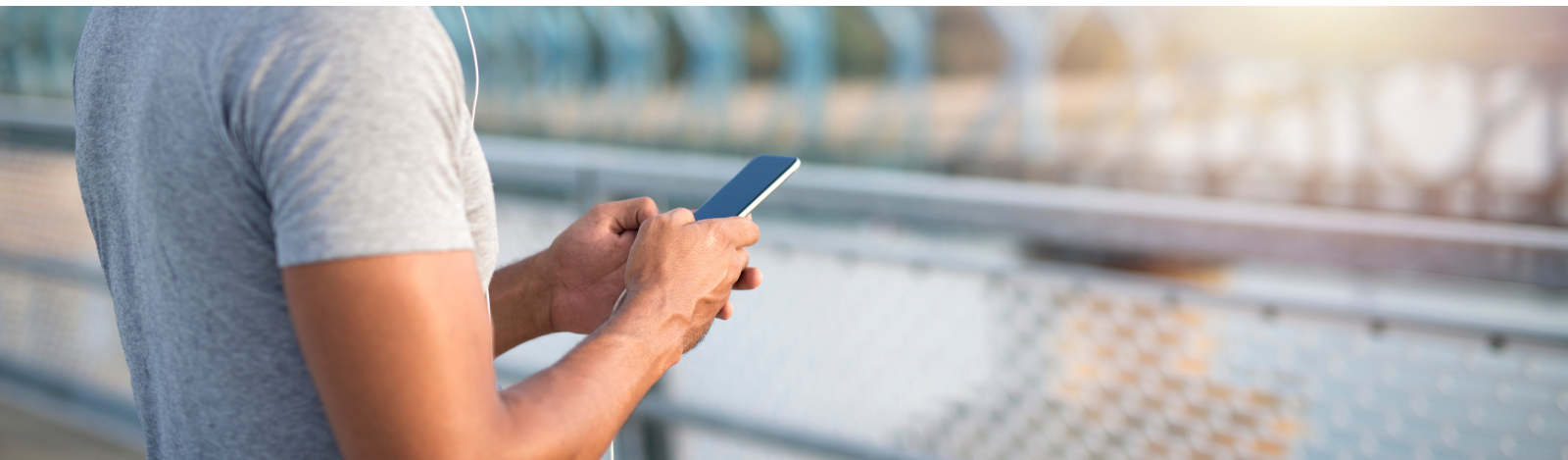
- LinkedIn Conversation Ads / CTR : **12%**
- LinkedIn Conversation Ads / Taux d'ouverture : **50%**

Recommandations sur la conception

Type de fichier de la bannière (facultative)	JPG ou PNG
Taille de l'image de la bannière (facultative)	300 x 250 pixels
Taille du fichier de l'image de la bannière (facultative)	2 Mo
Photo de l'expéditeur	Photo de profil LinkedIn de l'expéditeur

Recommandations sur le texte

Nom de la publicité (facultatif)	50 caractères
Objet du message	60 caractères
Texte du message	1 500 caractères
Pied de page personnalisé	2 500 caractères
Call-to-action	20 caractères



Source des recommandations : LinkedIn

LinkedIn Video Ads



- Les taux moyens à prendre en compte :**
- Le taux de visionnage est de **29,5 %**
 - Le taux d'engagement est d'environ **1,8 %**

Recommandations sur la conception

Type de fichier vidéo	MP4
Format audio de la vidéo	AAC ou MPEG4
FPS recommandé	30 images par seconde
Miniature personnalisée	Recommandée, mais pas obligatoire
Ratio	4:5 (vertical, 0.8) 9:16 (vertical; 0.57) 16:9 (paysage ; 1.78) 1:1 (carré; 1.0)

Recommandations sur le texte

Nom de la publicité (facultatif)	255 caractères
Titre	70 caractères
Texte d'introduction	150 caractères



Source des recommandations : LinkedIn