Business

Étape 2 : Considération

Développez la confiance des clients qui prennent votre marque en considération

Une fois que votre audience connaît votre marque, vous pouvez la faire avancer dans le funnel de vente jusqu'à la considération. Cette phase sert à créer la confiance. Vous devez donc être très attentif aux désirs, besoins et valeurs de votre client idéal.

Apprenez à connaître votre audience. Adressez-vous directement à elle via ses centres d'intérêt.

Campagnes de publicités Twitter pour l'étape Considération de votre funnel de vente :

Vues d'une vidéo

La vidéo Twitter favorise la mémorisation de votre message, son partage et sa rediffusion. Parmi toutes les plateformes digitales, c'est sur Twitter que les vidéos génèrent le plus de mémorisation et de liens émotionnels.

Vues d'une vidéo pre-roll

Développez la pertinence de votre marque en l'associant aux thèmes qui passionnent vos clients via la diffusion de publicités pre-roll ciblées avant des vidéos qu'ils regardent.

Engagements

Les campagnes d'engagements incitent davantage de personnes à interagir avec vos Tweets.

L'implication d'une marque dans les événements populaires joue pour 25 % dans la décision d'achat d'un client.

MAGNA & Twitter : « The Impact of Culture », États-Unis, 2019

Un Tweet pour vous inspirer

VacationRenter fait le buzz et augmente sa considération avec des Tweets malins et engageants.

VacationRenter
@VacationRenter

A chair for me and a chair for you 👯‍♀️ . Reply by tagging a friend who you'd take on a trip to this #PerfectRental. https://bit.ly/2Gk8nBp

Conseils d'expert :

Faites des tests avec une campagne vidéo

Les Tweets dotés d'une vidéo génèrent 10 fois plus d'engagement que les Tweets sans.

Données internes Twitter. D'après une analyse portant sur 3,7 millions de comptes

Insistez sur le branding

Afficher votre marque pendant plus de la moitié de la vidéo peut booster sa mémorisation assistée de 25 % et celle de son message de 21 %.

GroupM + Twitter, MetrixLab, Video Optimization, octobre 2019, États-Unis

Adoptez une stratégie sans son

Les sous-titres permettent à votre message de toucher aussi les personnes qui le voient sur mobile sans activer le son. Et ils augmentent le temps de visionnage de 28 %.

Nielsen, DAN + Twitter Video Content Best Practices Research, mai 2015