

# Prix par objectif pour les publicités sur LinkedIn

L'objectif de campagne que vous sélectionnez détermine quels formats publicitaires, stratégies d'enchères et objectifs d'optimisation sont disponibles pour votre campagne.



Le tableau ci-dessous indique les stratégies d'enchères et les objectifs d'optimisation disponibles pour chaque objectif, ainsi que les modalités de facturation qui s'appliquent en fonction de votre sélection.

**Remarque :** les campagnes qui utilisent les formats Sponsored Messaging sont optimisées en vue d'améliorer le nombre de messages envoyés et sont facturées au nombre de messages envoyés, quel que soit l'objectif sélectionné.

	Objectif de campagne	Objectif d'optimisation	Stratégie d'enchères	Facturation par
Notoriété	Notoriété de la marque	Portée*	Diffusion maximale	Impressions
		Impressions	Plafond de coûts	Impressions
		Impressions	Coût cible	Impressions
		Impressions	Enchères manuelles	Impressions
Considération	Visites du site web	Clics vers la page de destination	Diffusion maximale	Impressions
		Clics vers la page de destination	Plafond de coûts	Impressions
		Clics vers la page de destination	Coût cible	Clics vers la page de destination
		Clics vers la page de destination	Enchères manuelles	Clics vers la page de destination
		Impressions	Enchères manuelles	Impressions
	Engagement	Clics d'engagement	Diffusion maximale	Impressions
		Clics d'engagement	Plafond de coûts	Impressions
		Clics d'engagement	Coût cible	Clics d'engagement
		Clics d'engagement	Enchères manuelles	Clics d'engagement
		Impressions	Enchères manuelles	Impressions
	Vues de vidéos	Vues de vidéos	Diffusion maximale	Impressions
		Vues de vidéos	Plafond de coûts	Impressions
		Vues de vidéos	Coût cible	Vues de vidéos
		Vues de vidéos	Enchères manuelles	Vues de vidéos
		Impressions	Enchères manuelles	Impressions
Conversions	Génération de leads	Leads	Diffusion maximale	Impressions
		Leads	Plafond de coûts	Impressions
		Leads	Enchères manuelles (améliorées)	Clics
		Clics	Enchères manuelles	Clics
		Impressions	Enchères manuelles	Impressions
	Candidats potentiels**	Candidats potentiels	Diffusion maximale	Impressions
		Candidats potentiels	Manuelles (améliorées)	Clics vers la page de destination
		Clics vers la page de destination	Enchères manuelles	Clics vers la page de destination
		Impressions	Enchères manuelles	Impressions
	Conversions sur le site web	Conversions sur le site web	Diffusion maximale	Impressions
		Conversions sur le site web	Enchères manuelles (améliorées)	Clics vers la page de destination
		Clics vers la page de destination	Enchères manuelles	Clics vers la page de destination
		Impressions	Enchères manuelles	Impressions
	Candidats	Clics vers la page de destination	Diffusion maximale	Impressions
		Clics vers la page de destination	Enchères manuelles	Clics vers la page de destination
Impressions		Enchères manuelles	Impressions	

- \*Uniquement disponible pour les formats de publicités Sponsored Content.
- \*\*L'objectif Candidats potentiels est uniquement disponible pour les comptes Campaign Manager Talent Solutions.
- Les clics vers la page de destination sont des clics sur vos publicités visant à ouvrir l'URL de destination qui leur est associée.
- Les clics d'engagement incluent les clics vers la page de destination, les clics vers la Page LinkedIn, les actions sociales, la consultation des données d'interaction et les abonnements à la Page LinkedIn.

- Les clics pour les campagnes Lead Gen incluent les clics vers les formulaires Lead Gen et les Pages LinkedIn, ainsi que la consultation des données d'interaction.
- Les vues de vidéos sont définies comme des vues continues d'une durée de plus de 2 secondes pour des vidéos affichées à 50% ou plus sur l'écran.

En savoir plus sur les [clics facturables par objectif et format de publicité](#).