

LINKEDIN ADS : IDENTIFIER LES UTILISATEURS QUI VOIENT VOS PUBLICITÉS

**Temps nécessaire**

< 1 heure

**Nombre de personnes**

1 personne

**Difficulté**

Intermédiaire

Présentation

LinkedIn Ads s'impose comme la régie publicitaire la plus puissante en B2B. Elle est la seule à permettre d'identifier clairement le nom des leads ciblés, offrant ainsi la possibilité d'établir des connexions et développer votre réseau. Bien que LinkedIn Ads ne fournisse pas directement l'identité des prospects exposés à vos publicités, il est possible de les identifier par d'autres biais, grâce à Sales Navigator.

Conseils et observations

Suivez régulièrement les performances pour ajuster vos critères de ciblage. Utilisez les fonctionnalités d'export pour optimiser votre suivi et reporting.

Étapes

1

Créer une campagne « notoriété » sur LinkedIn Ads

- Ce type de campagne permet de minimiser le budget et de détourner l'algorithme en augmentant la fréquence d'exposition auprès de votre audience cible.

2

Configurer les filtres d'audience

- Ajustez les paramètres pour obtenir une audience comprise entre **300 et 2 000 membres** :
 - 300** est le minimum requis par LinkedIn Ads.
 - 2 000** est le seuil maximum pour que tous les membres soient visibles dans Sales Navigator.

3

Lancer une recherche dans Sales Navigator

- Reproduisez les filtres définis dans LinkedIn Ads pour retrouver la même audience.

4

Identifier et cibler les membres

- Vous disposez désormais d'une liste d'audience qualifiée avec les noms, prénoms et profils LinkedIn.