

Pense-bête marketing : les meilleurs KPIs

À quoi bon diffuser des annonces sans en voir les résultats ? Parce que chaque parcours client est unique, il est essentiel d'identifier la façon dont les prospects et clients interagissent avec votre marque, à chaque point de contact. Ont-ils cliqué sur une annonce ? Placé un produit dans leur panier ? Se sont-ils abonnés à une liste de diffusion ?

Ces différentes actions sont mesurables grâce à des indicateurs de performance. Voici un tour d'horizon des KPIs les plus pertinents utilisés par les marketers, et quelques formules de calcul à connaître ou à redécouvrir.

CPA | Coût par acquisition

Montant payé à chaque fois qu'une annonce génère un nouveau client ou lead – conversion sous forme de vente ou de formulaire de génération de lead.

CPC | Coût par clic

Montant payé pour chaque clic sur votre annonce.

CPI | Coût par installation



Montant payé pour chaque nouvel utilisateur de votre application.

CPL | Coût par lead

Montant payé pour chaque lead généré, le plus souvent par un formulaire de contact.


 \div


Coût total Nbre total de conversions


 \div


Coût total Nbre total de clics


 \div


Coût total Nbre total d'installations


 \div


Coût total Nbre total de leads

CPM | Coût par mille

Montant payé pour mille impressions.
Ex : si le coût total de votre campagne est de 200 € pour 10 000 impressions reçues, alors le CPM est de 20 €.

CPO | Coût par commande

Montant payé par commande.

CPS | Coût par vente

Montant payé par vente générée.

CPV | Coût par vue

Montant payé à chaque fois qu'une vidéo est visionnée. Une vidéo est considérée comme « vue » par l'utilisateur après au moins 30 secondes.

$$\frac{\text{Coût total} \times 1\,000}{\text{Nbre total d'impressions}}$$

$$\frac{\text{Coût total}}{\text{Nbre total de commandes}}$$

$$\frac{\text{Coût total}}{\text{Ventes totales}}$$

$$\frac{\text{Coût total}}{\text{Vues totales}}$$

La plate-forme Criteo : choix, transparence et contrôle

Avec les campagnes publicitaires Criteo, vous sélectionnez les métriques les plus adaptées, tout en gardant le contrôle sur vos budgets et annonces. Notre tableau de bord transparent est entièrement personnalisable – de quoi analyser en détails la performance de vos campagnes, et mesurer l'efficacité de vos annonces sur l'intégralité du parcours client.

Plus d'infos sur criteo.com/fr