

1. La publicité

✍ En vous appuyant sur les données du tableau ci-contre, pourquoi Facebook peut-il se permettre d'afficher sur son site : « C'est gratuit (et ça le restera toujours) » sans craindre pour sa santé financière ?

Réponse :

Facebook Revenues Worldwide, by Source, 2009-2013
millions and % of total

	2009	2010	2011	2012	2013
Advertising*	\$761	\$1,875	\$3,154	\$4,232	\$5,478
Facebook Payments and other revenue	\$16	\$99	\$557	\$811	\$1,122
Total	\$777	\$1,974	\$3,711	\$5,042	\$6,600
Advertising % of total	98.0%	95.0%	85.0%	83.9%	83.0%

Note: numbers may not add up to total due to rounding; *paid advertising only; excludes spending by marketers that goes toward developing or maintaining a Facebook presence
Source: eMarketer, Sep 2012

144543

www.eMarketer.com

2. Les abonnements payants

La plateforme vidéo YouTube propose un accès de base gratuit : il permet de visionner tous les contenus mais avec de la publicité. Pour les utilisateurs qui souhaitent supprimer la publicité et bénéficier de fonctionnalités supplémentaires, il existe un abonnement payant, en plus du service gratuit. Ce modèle économique combinant utilisateurs gratuits et payants est appelé **freemium**.

✍ Comment des réseaux sociaux peuvent-ils convaincre leurs utilisateurs de payer un abonnement ?

Réponse :



YouTube Music

Écoutez votre musique sans pub, hors connexion et même avec l'écran éteint

ESSAYER GRATUITEMENT

1 mois d'essai gratuit • Puis 9,99 €/mois

Facturation récurrente • Annulation possible à tout moment

Ou faites des économies grâce à un abonnement étudiant ou famille

Offre soumise à conditions. En savoir plus.

3. La publicité ciblée

Les utilisateurs de réseaux sociaux fournissent des informations sur leur identité mais aussi sur leurs centres d'intérêt, leurs habitudes (likes, amis, abonnements). Ces données personnelles ont une grande valeur car elles permettent de réaliser un profil des clients potentiels et d'adapter la publicité qui leur est proposée. YouTube propose par exemple aux annonceurs de sélectionner la cible des publicités en fonction de certains critères, générant ainsi d'importants revenus.

Ciblage

Vos annonces sont diffusées par défaut auprès de tous les internautes. Vous avez la possibilité d'affiner votre audience.

Données démographiques ?

Sélectionnez la catégorie démographique que vous souhaitez cibler :

SEXE	ÂGE	STATUT PARENTAL	REVENU DU FOYER
<input checked="" type="checkbox"/> Femme	<input checked="" type="checkbox"/> 18-24	<input checked="" type="checkbox"/> Parent	<input checked="" type="checkbox"/> 10 % plus élevés
<input checked="" type="checkbox"/> Homme	<input checked="" type="checkbox"/> 25-34	<input checked="" type="checkbox"/> Sans enfant	<input checked="" type="checkbox"/> 11 - 20 %
<input checked="" type="checkbox"/> Inconnu ?	<input checked="" type="checkbox"/> 35-44	<input checked="" type="checkbox"/> Inconnu ?	<input checked="" type="checkbox"/> 21 - 30 %
	<input checked="" type="checkbox"/> 45-54		<input checked="" type="checkbox"/> 31 - 40 %
	<input checked="" type="checkbox"/> 55-64		<input checked="" type="checkbox"/> 41 - 50 %
	<input checked="" type="checkbox"/> 65 ans et +		<input checked="" type="checkbox"/> 50 % inférieur
	<input checked="" type="checkbox"/> Inconnu ?		<input checked="" type="checkbox"/> Inconnus ?

Remarque : Le ciblage par revenus du foyer n'est disponible que dans certains pays. [En savoir plus](#)

Centres d'intérêt ? [Tous les thèmes](#) [Modifier](#)

Affinez votre ciblage (facultatif) ▾

✍ Comment les réseaux sociaux peuvent améliorer l'efficacité de leurs publicités ?

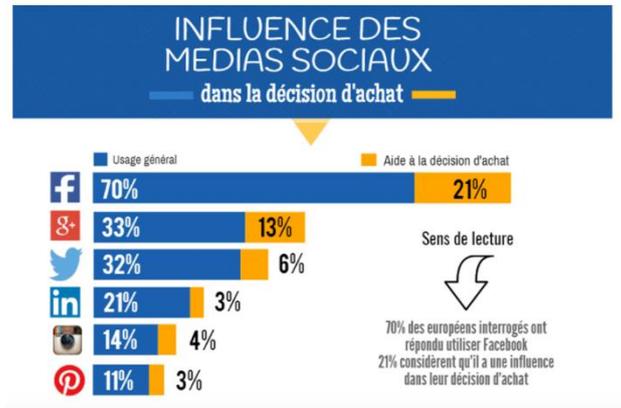
Réponse :

4. L'influence des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont une influence sur les décisions d'achats.

✍ Quel est le réseau le plus influençant sur les décisions d'achats ?

Réponse :



5. Synthèse

✍ A partir des éléments étudiés avant, réaliser une synthèse expliquant quelles sont les principales sources de revenus des réseaux sociaux.

Réponse :