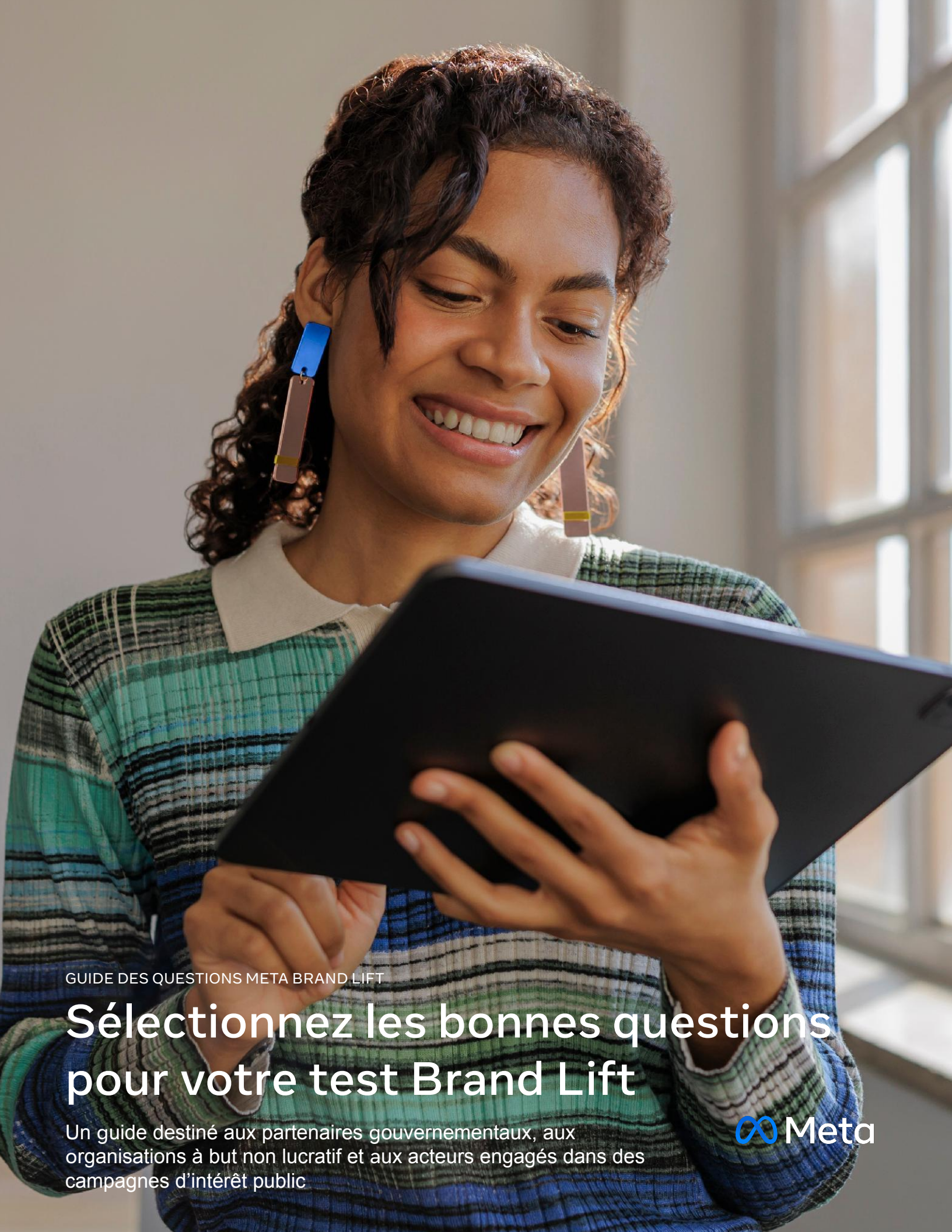

GUIDE DES QUESTIONS META BRAND LIFT

Sélectionnez les bonnes questions pour votre test Brand Lift

Un guide destiné aux partenaires gouvernementaux, aux organisations à but non lucratif et aux acteurs engagés dans des campagnes d'intérêt public

Meta

METABRANDLIFT

Vue d’ensemble et recommandations pour la sélection des questions

Meta Brand Lift permet aux organisations gouvernementales, aux organisations à but non lucratif et aux acteurs engagés dans des campagnes d’intérêt public de mesurer l’efficacité de leurs campagnes sur Facebook et Instagram. En utilisant des questions de sondage diffusées dans le fil auprès de groupes de test et de groupes de contrôle, vous pouvez quantifier l’influence de vos publicités sur la notoriété, la mémorisation, l’opinion favorable et l’intention au sein de vos audiences cibles.

Ce guide vous aide à sélectionner et à concevoir les bonnes questions pour votre test Brand Lift, avec des exemples et des recommandations adaptés aux organisations gouvernementales, aux organisations à but non lucratif et aux campagnes d’intérêt public.

Fonctionnalités clés : sélectionnez jusqu’à 3 questions par test. La mémorisation publicitaire est obligatoire. • Personnalisez les questions à l’aide d’un format flexible comprenant des éléments personnalisables. • Les résultats sont comparés à des benchmarks par région géographique et par type de partenaire. • Demandez des traductions dans plus de 30 langues. • Maximum de 150 caractères pour les questions et de 50 caractères pour les champs de réponse.

Sélectionnez les questions en fonction de vos objectifs de campagne

Choisissez des questions qui correspondent à vos objectifs de campagne spécifiques et à votre message publicitaire.

Exemple : les objectifs de la ville de Wartham sont (1) de faire connaître son initiative éducative et (2) d'encourager la participation à un événement au cours duquel l'initiative sera discutée avec les citoyens.

Quelles questions sont alignées à la fois sur les objectifs ET le contenu publicitaire ?

- ✓ Vous souvenez-vous avoir vu une publicité pour la ville de Wartham sur Facebook ou Instagram au cours des 2 derniers jours ?
- ✓ Avez-vous entendu parler du programme « Educate Citizens of Wartham » ?
- ✓ Prévoyez-vous d’assister à la réunion publique au cours de laquelle l’initiative « Educate Citizens of Wartham » sera abordée ?
- ✗ Quelle ville associez-vous le plus à la meilleure éducation ? *(Cette question ne correspond pas aux objectifs de campagne spécifiques ni au contenu publicitaire.)*

Conseils pour concevoir vos questions

Utilisez un langage que votre audience comprendra

Les répondants ne doivent pas avoir à fournir des efforts excessifs pour répondre aux questions. Utilisez un langage simple et direct.

- ✗ **À éviter :** Que pensez-vous du programme d’éducation « principes d’apprentissage coopératif et centré sur l'élève » utilisé par la ville de Wartham ?
- ✓ **À privilégier :** Quelle est votre opinion sur l’initiative « Educate Citizens of Wartham » ?

Évitez les questions en deux parties

Poser des questions sur deux concepts à la fois ne fera que rendre les résultats plus confus.

- ✗ **À éviter :** Êtes-vous d’accord ou non avec le fait que le programme « Educate Citizens of Wartham » est la meilleure initiative pour les citoyens et qu’il utilise les approches les plus innovantes dans l’enseignement ?
- ✓ **À privilégier :** Êtes-vous d’accord ou pas avec l’idée que l’initiative « Educate Citizens of Wartham » utilise les approches d’apprentissage les plus innovantes ?

Évitez les questions tendancieuses

Les questions orientées peuvent entraîner des résultats biaisés. Les options de réponse doivent être équilibrées et neutres.

- ✗ **À éviter :** Quelle initiative éducative est la meilleure pour les citoyens de la ville de Wartham ? – Teach the Fundamentals – Educate Citizens of Wartham – Back to Basics – Statistics for Beginners *(Cette question laisse entendre qu’une réponse est « la meilleure » et peut biaiser les réponses.)*

Format flexible des questions Meta Brand Lift

Nous proposons des formats flexibles qui vous permettent d'adapter les questions de votre test en fonction de vos besoins, tout en vous permettant de suivre les références. Utilisez les tableaux ci-dessous pour concevoir des questions à tous les niveaux du funnel.

Options de personnalisation

- Personnalisez les questions en fonction du format publicitaire que vous utilisez, des résultats que vous souhaitez obtenir et des besoins grammaticaux.
- Modifiez les composants textuels pour remplacer les termes centrés sur l'entreprise, par exemple « marque », par des termes adaptés à votre organisation, par exemple « organisation », « initiative », « campagne » ou « programme ».
- Demandez des traductions pour chaque question flexible complète dans plus de 30 langues.

Remarques importantes : une question de mémorisation publicitaire est obligatoire pour chaque test | Jusqu'à 3 questions sont autorisées par test | Les résultats des questions flexibles ci-dessous seront comparés aux benchmarks par région géographique et par type de partenaire

Mémorisation publicitaire

**Obligatoire pour les études de marque*

Mémorisation publicitaire standard

Vous souvenez-vous avoir [1] [2] (organisation/initiative) [3] en ligne ou sur un appareil mobile au cours des 2 derniers jours ?

Composant 1	Composant 2	Composant 3	Réponses
vu regardé croisé visionné lu	une publicité pour des publicités pour une publication sur une story sur une vidéo sur un Reel sur	Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative)	Oui Non Je ne sais pas

Mémorisation publicitaire spontanée

Lesquels/lesquelles parmi les [1] (organisations/messages/initiatives) [2] ci-dessous avez-vous [3] vu(e)s une publicité en ligne ou sur un appareil mobile au cours des deux derniers jours ? Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.

Composant 1	Composant 2	Composant 3	Réponses
Lesquels/lesquelles parmi les Combien parmi les	Champ de texte modifiable pour (organisation/message/initiative)	vu(e)s dans une publicité vu(e)s aperçu(e)s regardé(e)s écouté(e)s	(Organisation A) (Organisation B) (Organisation C) (Organisation D) Aucun de ces choix

Options de questions flexibles

Haut du funnel

Notoriété standard

Avez-vous entendu parler de [1] (organisation/initiative/message) [2] ?

Composant 1	Composant 2	Réponses
Êtes-vous au courant que Savez-vous que Saviez-vous que Avez-vous entendu parler de Avez-vous regardé Avez-vous écouté Avez-vous parlé de Avez-vous recommandé Avez-vous utilisé Pourriez-vous sélectionner Pourriez-vous choisir Pourriez-vous réciter	Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative/message)	Oui Non Je ne sais pas

Notoriété spontanée

Lesquels/lesquelles parmi les [1] (organisations/initiatives/messages) [2] ci-dessous avez-vous [3] déjà connu(e)s ? Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.

Composant 1	Composant 2	Composant 3	Réponses
Lesquels/lesquelles parmi combien parmi	Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative/message)	déjà connu(e)s entendu mentionner déjà vu(e)s remarqué(e)s mémorisé(e)s pris(e)s en considération mentionné(e)s à quelqu'un évoqué(e)s	(Organisation A) (Organisation B) (Organisation C) (Organisation D) Aucun de ces choix

Notoriété de premier rang

Parmi les (organisations/initiatives) [1] ci-dessous, laquelle vous vient à l'esprit en premier lorsque vous [2] pensez à (déclaration) [3] ?

Composant 1	Composant 2	Composant 3	Réponses
Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative)	pensez d'abord à lisez voyez	Champs de texte modifiable pour (déclaration)	(Organisation A) (Organisation B) (Organisation C) (Organisation D) Autre/aucune

Notoriété de la campagne médiatique

Avez-vous déjà [1] entendu parler de (campagne médiatique) [2] ?

Composant 1	Composant 2	Réponses
entendu parler de vu écouté parlé de participé à pris part à	Champ de texte modifiable pour (campagne)	Oui Non Je ne sais pas

Options de questions flexibles

Milieu du funnel

Association au message

Quel(le) [1] organisation/initiative [2] est-ce que vous [3] associez le plus avec [4] (message) [5] ?

Comp. 1	Comp. 2	Comp. 3	Comp. 4	Comp. 5	Réponses
Quel(le)	organisation initiative programme campagne	est-ce que vous pourriez	vous associer avoir une préférence communiquez avec	Champ de texte modifiable pour (message)	(Organisation A) (Organisation B) (Organisation C) (Organisation D) Autre/aucune des réponses ci-dessus

Remarque : les options par défaut affichent « marque/produit/entreprise » ; remplacez-les par « organisation », « initiative », « programme » ou « campagne », selon le cas.

Mémorisation du message

Laquelle [1] de ces (organisations/initiatives) [2] utilise le message suivant dans ses publicités [3] ? (Message) [4] [5]

Comp. 1	Comp. 2	Comp. 3	Comp. 4	Comp. 5	Réponses
Laquelle suivi(e)s Parmi ces Quel(le) Qu'est-ce que c'est ?	Champ de texte modifiable pour (organisation/ initiative)	utilise dit promeut fait de la publicité communique montre affiche	publicités campagnes modernes publications musicaux Publications Facebook/ Instagram	Champ de texte modifiable pour (message)	(Organisation A) (Organisation B) (Organisation C) Aucun de ces choix Je ne sais pas

Acceptation du message

Êtes-vous d'accord ou non avec le fait que (déclaration) [1] ?

Composant 1	Réponses
Champs de texte modifiable pour (déclaration)	Complètement d'accord Plutôt d'accord Ni d'accord ni en désaccord Plutôt pas d'accord Pas du tout d'accord

Favorabilité standard

Que pensez-vous de [1] (organisation/initiative) [2] ?

Composant 1	Composant 2	Réponses
Que pensez-vous de Quelle idée vous faites-vous de Que ressentez-vous pour	Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative)	J'aime bien Je n'ai pas d'opinion particulière Je n'aime pas Je ne connais pas cette organisation

Options de questions flexibles

Favorabilité abstraite

Comment décririez-vous votre [1] opinion générale de (organisation/initiative) [2] ?

Composant 1	Composant 2	Réponses
opinion générale de idée que vous vous faites de impression sur sentiment sur point de vue sur	Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative)	Très favorable Assez favorable Neutre Assez défavorable Très défavorable

Familiarité

Le nom de [1] (organisation/initiative) vous est-il [2] ?

Composant 1	Composant 2	Réponses
connaissez-vous habituel connu	Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative)	Je connais très bien cette organisation Je connais assez bien cette organisation Je connais un peu cette organisation J'en ai seulement entendu le nom Je n'ai jamais entendu parler de cette organisation

Remarque : le texte de réponse par défaut affiche « produit » ; remplacez-le par « organisation » ou « initiative », selon le cas.

Évaluation de l'attribut

Comment évalueriez-vous [1] (organisation/initiative) [2] en matière de [3] (attribut) [4] ?

Comp. 1	Comp. 2	Comp. 3	Comp. 4	Réponses
conversion classer	Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative)	en matière de quant à en ce qui concerne au d'être	Champ de texte modifiable pour (attribut)	Très bien Élevée Moyenne Faible Médiocre

Bas du funnel

Intention d'action

Êtes-vous susceptible de [1] rejoindre (organisation/initiative) [2] ?

Composant 1	Composant 2	Réponses
recommander regarder travailler avec lire voter pour écouter vous abonner à rejoindre visiter participer soutenir vous porter volontaire pour	Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative)	Très probable Assez susceptible Neutre Peu susceptible Très peu susceptible

Options de questions flexibles

Recommandation

Est-ce que vous allez [1] recommander [2] (organisation/initiative) [3] à un ami [4] ?

Comp. 1	Comp. 2	Comp. 3	Comp. 4	Réponses
Est-ce que vous Seriez-vous	recommander mentionner parler de	Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative)	ami proche collègue voisin camarade de classe époux(se) enfant parent professeur tiers membre de la communauté	Oui Non Je ne sais pas Je ne connais pas cette organisation

Remarque : le texte de réponse par défaut affiche « marque » ; remplacez-le par « organisation » ou « initiative », selon le cas.

Préférence

Parmi les [1] (organisations/initiatives) [2] suivantes, laquelle [3] préférez-vous le plus ?

Composant 1	Composant 2	Composant 3	Réponses
Parmi les Sur les Dans la liste des	organisations initiatives programmes campagnes	préférez-vous aimez-vous qui l'intéresse pensez-vous de parler de	(Organisation A) (Organisation B) (Organisation C) (Organisation D) Autre/aucune des réponses ci-dessus

Remarque : les options par défaut affichent « marques/entreprises/produit » ; remplacez-les par « organisations », « initiatives », « programmes » ou « campagnes », selon le cas.

Indicateurs d'égalité

Répond aux besoins

Êtes-vous d'accord ou pas d'accord pour dire que (organisation/initiative) [1] répond mieux à mes besoins [2] que [3] (autres organisations/initiatives) [4] ?

Comp. 1	Comp. 2	Comp. 3	Comp. 4	Réponses
Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative)	répond à mes besoins s'occupe de moi se soucie de moi répond à mes envies fait ce que j'attends d'elle/de lui m'aide me parle me comprend	est mieux que plus souvent que plus que	Champ de texte modifiable pour (autres organisations/initiatives)	Complètement d'accord Plutôt d'accord Ni d'accord ni en désaccord Plutôt pas d'accord Pas du tout d'accord

Options de questions flexibles

Affinité

Quel est votre ressenti [1] à propos de [2] (organisation/initiative/message) [3] ?

Composant 1	Composant 2	Composant 3	Réponses
Comment Qu'est-ce que c'est ?	ressentez-vous à propos de pensez-vous de	Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative/message)	J'adore J'aime Je suis neutre Je n'aime pas Je déteste

Singularité

Êtes-vous d'accord ou non avec l'idée que (organisation/initiative) [1] est différente d'autres (organisations/initiatives) [3] ?

Composant 1	Composant 2	Composant 3	Réponses
Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative)	est différent de se distingue de est mieux que est distinct de	Champ de texte modifiable pour (autres organisations/initiatives)	Complètement d'accord Plutôt d'accord Ni d'accord ni en désaccord Plutôt pas d'accord Pas du tout d'accord

Dynamiques

Êtes-vous d'accord ou non avec l'idée que (organisation/initiative) [1] suscite des conversations [2] dans (catégorie) [3] ?

Composant 1	Composant 2	Composant 3	Réponses
Champ de texte modifiable pour (organisation/initiative)	crée la tendance suscite des conversations entraîne des changements ouvre la voie imprime sa marque	Champ de texte modifiable pour (catégorie)	Complètement d'accord Plutôt d'accord Ni d'accord ni en désaccord Plutôt pas d'accord Pas du tout d'accord

Questions/réponses

Q : Comment décider des questions à choisir ?

Choisissez les questions les mieux adaptées à vos objectifs de campagne. Alignez les questions sélectionnées sur ce que communique le contenu publicitaire de votre campagne et sur les résultats que vous souhaitez mesurer.

Q : Le choix d'une formulation différente pour une question a-t-il un impact sur ma capacité à mesurer les benchmarks ?

Non. Le format flexible des questions vous permettra toujours de comparer les réponses par rapport aux benchmarks de la question principale.

Q : Comment dois-je décider de la formulation à utiliser dans les questions que je choisis ?

Choisissez la formulation qui répond le mieux à vos besoins, sans compromettre la rigueur méthodologique ni introduire de biais. Pour les campagnes gouvernementales et associatives, envisagez d'utiliser les termes les plus familiers à votre audience cible.

Q : Quelles recommandations peut-on suivre lors de la création de questions personnalisées ?

Vous pouvez créer 1 question personnalisée par test. Les questions personnalisées nécessitent des approbations supplémentaires. Comme les normes sont basées sur les résultats des questions standardisées, elles ne sont pas disponibles pour les questions personnalisées. Contactez votre représentant Meta pour obtenir plus d'informations.

Q : Combien de questions puis-je inclure dans un seul test Brand Lift ?

Vous pouvez inclure jusqu'à 3 questions par test. Une question de mémorisation publicitaire est obligatoire pour chaque test.

Q : Puis-je lancer des tests Brand Lift à la fois sur Facebook et Instagram ?

Oui. Meta Brand Lift mesure l'impact de vos campagnes sur Facebook et Instagram.

Q : Quelles sont les limites de caractères pour les questions et les réponses ?

Les questions peuvent compter jusqu'à 150 caractères. Les champs de réponse peuvent compter jusqu'à 50 caractères. Utilisez une formulation concise et claire.

Q : Comment remplacer les termes centrés sur l'entreprise par un vocabulaire adapté à mon organisation ?

Lors de la configuration de vos questions, recherchez les champs de texte modifiables où apparaissent des termes par défaut comme « marque », « produit » ou « entreprise ». Remplacez-les par des termes comme « organisation », « initiative », « programme » ou « campagne », selon votre contexte.

Q : Des traductions sont-elles disponibles ?

Oui. Vous pouvez demander des traductions pour chaque question flexible complète dans plus de 30 langues lors de la configuration du rapport.

Remarque : ce guide est destiné aux organisations gouvernementales, aux organisations à but non lucratif et aux acteurs engagés dans des campagnes d'intérêt public qui utilisent Meta Brand Lift. Pour obtenir une assistance supplémentaire, contactez votre représentant Meta.