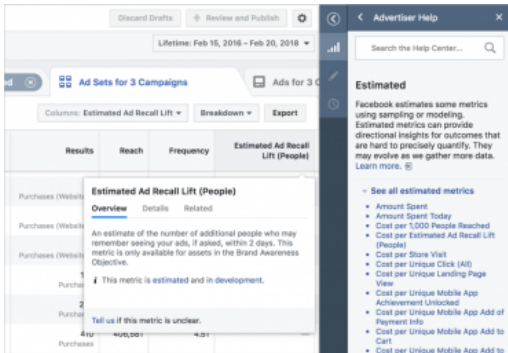


Facebook fait le ménage parmi les indicateurs dédiés à ses annonceurs

Facebook ne fait pas que changer son algorithme de gestion de contenus. Le réseau social aux deux milliards de membres procède aussi à un grand nettoyage parmi les indicateurs proposés à ses annonceurs. Vingt indicateurs jugés « redondants ou obsolètes » seront supprimés en juillet en même temps que le lancement d'une nouvelle version de l'API Graph, le graphe social de Facebook.



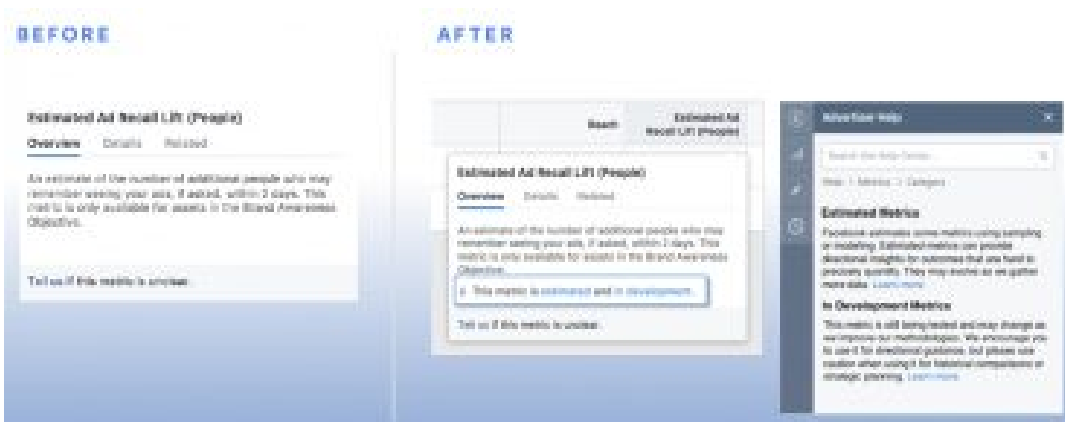
Parmi les métriques qui passent à la trappe, on trouve les indicateurs de la famille « Actions » qui mesurent l'engagement, les clics ou les conversions des utilisateurs. Jugés trop génériques, ils sont appelés à être davantage personnalisés.

Sur l'interface de son gestionnaire de publicités (Ads Manager), Facebook recommande de remplacer l'indicateur « Clics sur le bouton » par « Clics sur le lien » et « Réactions positives, Réactions négatives » par « l'Indice de pertinence » afin de mieux cerner l'audience cible.

La liste complète des changements est disponible [en ligne](#).

Un programme de formation pour les professionnels du marketing

Facebook explique que ce grand nettoyage fait suite à des échanges avec ses annonceurs. Ces derniers jugeant certaines métriques redondantes ou inutiles. Pour expliquer ces changements, un programme de formation à destination des professionnels du marketing, et baptisé « Measure What Matters », débutera en mars. Il combinera des ressources en ligne, des sessions Facebook Live et des événements physiques.



En parallèle, Facebook met en place, dès aujourd'hui, un nouvel étiquetage pour ses métriques. Le réseau social introduit les labels « estimé » et « en développement » qui apparaîtront sur Ads Manager pour les publicités sur Facebook, Instagram et Audience Network.

Le label « estimé » signifie que le « *résultat est calculé suite à un échantillonnage ou une modélisation* ». Ce mode de calcul permet d'obtenir des résultats en temps réels sur des jeux de données complexes.

Le label « en développement » indique tout simplement que la métrique est nouvelle ou en phase de test. Les mesures peuvent encore changer avec les évolutions du produit et en fonction des retours des annonceurs.