

Bell Publicités pour entreprises

Aperçu et foire aux questions

Mis à jour en Juin 2025



Table des matières

Aperçu de Bell Publicités pour entreprises	3
Foire aux questions	4
S'inscrire et ouvrir une session	4
Configuration de la campagne	6
Créatifs	9
Paiement	17
Ciblage.....	19
Suivi de campagne et rapports.....	23
Soutien	24

Aperçu de Bell Publicités pour entreprises

Bell Publicités pour entreprises est une plateforme d'achat de publicités numériques qui permet aux entreprises partout au Canada de tirer parti des données canadiennes de premier plan de Bell pour cibler les auditoires visés via les inventaires numériques des propriétés de premier plan de Bell Média ainsi que sur le marché du libre-échange. Bell Publicités pour entreprises permet aux annonceurs de profiter des capacités uniques de la DSP de Bell au moyen d'une plateforme libre-service intuitive via un processus de création de campagnes en cinq étapes.

1. Sélection du type de campagne
2. Ciblage de l'audience
3. Téléversement de publicités
4. Validation du sommaire de la campagne
5. Réservation/paiement

Avantages :

- Intégration et exécution simplifiées grâce à un processus d'inscription simple et à l'authentification unique par l'intermédiaire des identifiants Google.
- Interface simple et intuitive qui permet aux utilisateurs de créer leur campagne en cinq étapes seulement.
- Ciblage de l'audience intuitif propulsé par les données internes premium de Bell permettant à l'utilisateur de créer un géociblage personnalisé en plus d'appliquer d'autres sélections d'audience.

Foire aux questions

S'inscrire et ouvrir une session

Comment puis-je ouvrir une session sur la plateforme?

Au lancement, les utilisateurs auront accès à la plateforme par l'entremise d'un lien d'invitation envoyé par un conseiller des ventes de Bell Média. En utilisant le lien d'invitation par courriel, les utilisateurs auront deux options :

1. Créer un mot de passe unique pour accéder à la plateforme; ou
2. Ouvrir une session au moyen des données d'authentification Google existantes.

Ouvrez une session dans Bell Publicités pour entreprises à l'adresse suivante :

<https://ads.business.bell.ca>.

J'ai oublié mon mot de passe et je ne peux plus me connecter. Comment puis-je réinitialiser mon identifiant ?

Les utilisateurs peuvent sélectionner « J'ai oublié mon mot de passe » sur l'écran de connexion de la plateforme pour réinitialiser le mot de passe de leur compte.

Les utilisateurs qui éprouvent des difficultés à réinitialiser leur mot de passe à partir de la procédure ci-dessus peuvent également utiliser ce lien : <https://ads.business.bell.ca/#/request-password-reset>

Puis-je ajouter des utilisateurs supplémentaires à mon compte client?

Pour ajouter des utilisateurs supplémentaires à votre compte client, vous pouvez :

1. Communiquer avec votre conseiller des ventes de Bell Média;
2. Ajouter des utilisateurs supplémentaires sous le profil de votre entreprise.

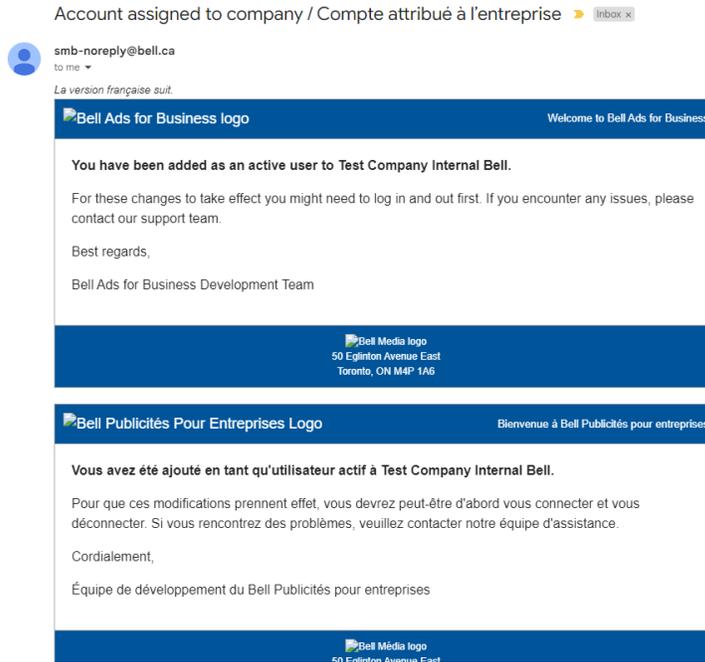
Comment puis-je ajouter des utilisateurs supplémentaires dans le profil de mon entreprise dans Bell Publicités pour entreprises?

1. Cliquez sur le profil de votre entreprise.
2. Affichez tous les utilisateurs actuels sous le profil de votre entreprise.
3. Entrez l'adresse courriel de l'utilisateur concerné.
4. Cliquez sur envoyer.
5. Un avis par courriel sera envoyé et le nouvel utilisateur pourra créer son propre mot de passe pour accéder à la plateforme.

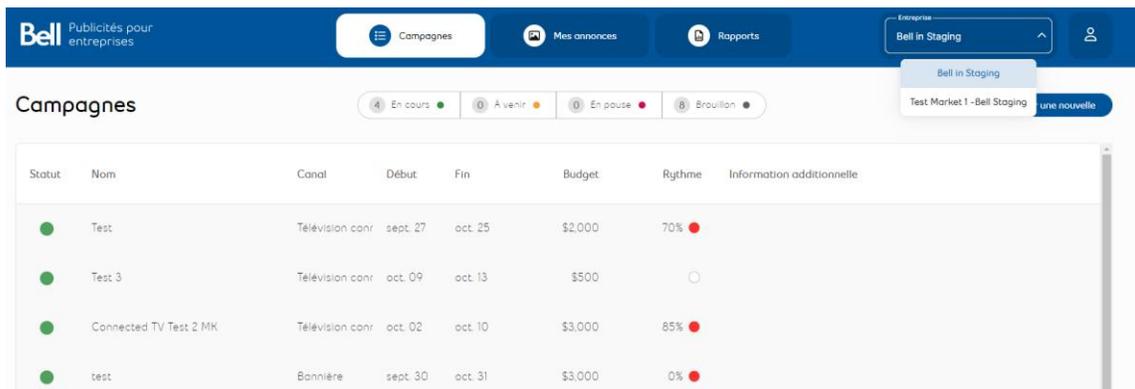


Puis-je être affecté à plus d'une entreprise de Bell Publicités pour entreprises?

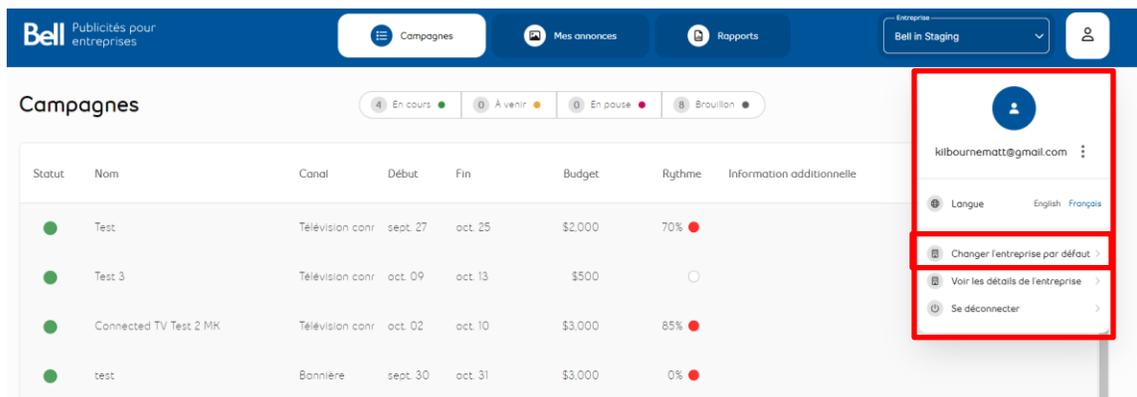
Une fois qu'on vous aura ajouté à une entreprise de Bell Publicités pour entreprises, un membre de l'équipe Bell Média pourra ajouter votre courriel d'utilisateur à d'autres entreprises, sur demande. Les utilisateurs recevront un courriel les informant qu'ils ont été ajoutés à une autre entreprise :



Une fois le processus terminé, vous pourrez accéder à une liste déroulante qui vous permettra de choisir l'entreprise à laquelle vous souhaitez accéder dans Bell Publicités pour entreprises.



Pour modifier votre entreprise par défaut au moment d'ouvrir une session dans Bell Publicités pour entreprises, vous n'avez qu'à cliquer sur l'icône de l'utilisateur qui se trouve dans le coin supérieur droit et à sélectionner changer l'entreprise par défaut.



Configuration de la campagne

Puis-je créer une campagne pour plus d'un canal (p. ex. exécuter une campagne incluant des bannières et des vidéos)?

La plateforme vous permet de sélectionner un seul canal (vidéo ou Bannière) par campagne. Cependant, vous pouvez exécuter plusieurs types de campagnes simultanément pour atteindre vos objectifs de marketing numérique.

Pourquoi ne puis-je pas sélectionner la date d'aujourd'hui comme date de début de la diffusion de ma campagne?

Il faut compter jusqu'à 24 heures pour que votre campagne commence à générer des impressions. Cela tient également compte du temps requis pour l'audit des créatifs sur la plateforme et du transfert de votre audience personnalisée créée à l'étape 2.

Où mes publicités seront-elles diffusées?

Bell Publicités pour entreprises donne aux clients un accès à grande échelle en puisant sur le marché du libre-échange ainsi que les propriétés de premier plan de Bell Média. Les propriétés de premier plan de Bell Média en anglais comprennent CTV, TSN et Bloomberg. Les propriétés en français comprennent RDS, iHeart FR et Noovo.

Toutes les campagnes menées sur Bell Publicités pour entreprises seront diffusées sur [l'inventaire protégé pour la marque IAS](#) afin d'assurer des environnements publicitaires sécuritaires.

Quel type d'optimisation puis-je faire si ma campagne a un rapport de performance trop bas?

Vous pouvez prendre certaines mesures si vous remarquez que votre campagne a un rapport de performance trop bas :

- Essayez d'ajouter plus de créatifs.
- Prolongez les dates de diffusion de la campagne.

*Veuillez noter que la plateforme optimisera automatiquement le plafonnement des fréquences et déterminera les créatifs à diffuser pour s'assurer que vos impressions seront toutes délivrées.

Quels paramètres puis-je modifier avant de passer à la caisse?

Avant de finaliser le paiement de votre campagne, vous avez la possibilité d'enregistrer celles-ci comme ébauches. Les ébauches de campagnes sont entièrement modifiables. Pour modifier n'importe quelle section ou n'importe quel champ, accédez à vos ébauches de campagnes dans la vue sommaire des campagnes.

Quels paramètres puis-je modifier dans ma campagne après avoir effectué le paiement?

Bell Publicités pour entreprises vous permet de modifier deux paramètres de campagne une fois le processus de paiement terminé :

1. Modifier la date de fin de la diffusion : prolonger ou raccourcir votre campagne pour gérer la livraison.
2. Créatifs : vous pouvez ajouter des créatifs ou en retirer des campagnes en cours.

Veuillez garder à l'esprit que la réduction de votre période de diffusion ou la suppression de créatifs peuvent avoir une incidence sur la performance et faire en sorte que votre campagne sous-livre. Il est recommandé d'utiliser ces leviers d'optimisation (p. ex., prolonger la date de fin ou ajouter d'autres publicités) pour éviter une sous-livraison.

Quelle est la période de diffusion optimale pour les campagnes sur Bell Publicités pour entreprises?

Bell Publicités pour entreprises vise toujours à livrer les impressions réservées. Pour déployer tout le potentiel de votre campagne, il est recommandé de choisir une période de diffusion d'au moins **7 à 14 jours**.

Où puis-je appliquer mon coupon ou ma carte-cadeau dans Bell Publicités pour entreprises?

Étape 4, soit l'étape sommaire, permet aux utilisateurs d'appliquer leur coupon promotionnel ou leur carte-cadeau au coût total de leur campagne. Tout d'abord, effectuez les trois premières étapes du processus de création de votre campagne. À l'onglet sommaire, cliquez sur « ajouter le code du coupon promotionnel ». Veuillez noter que vous ne pouvez utiliser qu'un seul code promotionnel par compte publicitaire.

Sommaire de la campagne
Révissez le sommaire de votre campagne avant de conclure le paiement.

Informations de facturation et le coût	
Numéro d'enregistrement fiscal HST: 861701399RT0001	Province Ontario
Adresse de l'entreprise Ontario	
Budget	\$2,500.00
Remise	-
HST (13%)	\$325.00
Coût total	\$2,825.00

[Ajouter un code de coupon promotionnel](#)

La taxe sera facturée en fonction de l'adresse professionnelle du client, associée au profil client

- Ensuite, ajoutez votre code promotionnel ou votre code de carte-cadeau dans le champ suivant :

Sommaire de la campagne
Révissez le sommaire de votre campagne avant de conclure le paiement.

Informations de facturation et le coût	
Numéro d'enregistrement fiscal HST: 861701399RT0001	Province Ontario
Adresse de l'entreprise Ontario	
Budget	\$2,500.00
Remise	-
HST (13%)	\$325.00
Coût total	\$2,825.00

Code de coupon promotionnel

Créatifs

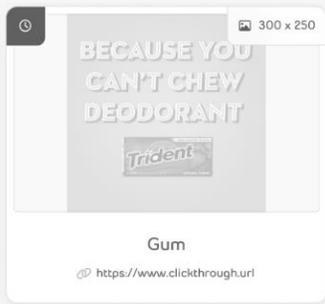
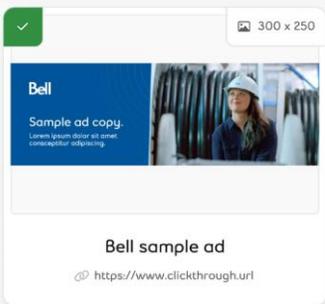
Quelles sont les exigences en matière de créatifs?

Bell Publicités pour entreprises a la capacité de fournir des bannières, des vidéos en ligne et de la Télé connectée.

Bannières	<ul style="list-style-type: none"> Tailles (en pixels) : 300 x 250, 320 x 50, 728 x 90, 300 x 600, 970 x 250, 970 x 90, 300 x 100 Type de fichier : .jpg, .png ou .gif Taille : 180 mo maximum
Créatifs vidéo	<ul style="list-style-type: none"> Durée recommandée : 15 ou 30 secondes Taille : 180 mo maximum Type de fichier : .mp4 Débit binaire : minimum de 2 Mbit/s (ou 2 000 kbit/s)
Créatifs de Télé connectée	<ul style="list-style-type: none"> Durée recommandée : 15 ou 30 secondes Taille : 180 mo maximum Type de fichier : .mp4 Débit binaire : minimum de 2 Mbit/s (ou 2 000 kbit/s) Résolutions valides : 960 x 720, 1280 x 720, 1440 x 1080, 1920 x 1080

Que signifie l'icône sur chaque créatif?

Les icônes dans le coin supérieur gauche des créatifs indiquent l'état de la vérification des créatifs. Une vérification est effectuée pour chaque créatif afin de s'assurer qu'il répond aux normes de qualité de la publicité en matière de programmation.

 <p>BECAUSE YOU CAN'T CHEW DEODORANT Trident Gum https://www.clickthrough.url</p>	 <p>Bell Sample ad copy. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing. Bell sample ad https://www.clickthrough.url</p>	 <p>BECAUSE YOU CAN'T CHEW DEODORANT Trident Asset name goes here https://www.clickthrough.url</p>
<p>icône d'horloge grise : indique que le créatif est en cours de vérification et qu'il est en attente d'approbation.</p>	<p>Coche verte : indique que le créatif est conforme et prêt à générer des impressions.</p>	<p>« X » rouge : indique que le créatif n'est pas conforme. Placez votre curseur sur le X rouge pour comprendre pourquoi votre créatif a été refusé. Veuillez utiliser un nouveau créatif ou communiquer avec votre conseiller des ventes de Bell Média pour faire enquête.</p>

Comment puis-je savoir si mon créatif est valide pour une campagne de Télé connectée?

Une fois qu'une vidéo a été téléversée dans le menu mes publicités, Bell Publicités pour entreprises procède à la validation de la vidéo à partir des exigences relatives aux créatifs de Télé connectée (voir la section ci-dessus).



Combien de temps les vérifications de créatifs prennent-elles?

Les standards d'approbation de publicités sont de 24 heures à 48 heures.

Que se passe-t-il si mon créatif est refusé?

Si un créatif est refusé dans la plateforme, vous pouvez essayer d'en téléverser un nouveau ou d'en modifier un existant pour répondre aux exigences de la plateforme. Il n'y a aucune limite quant au nombre de fois où vous pouvez modifier votre publicité. Veuillez noter qu'à chaque fois que vous modifiez une publicité existante, celle-ci devra réussir l'étape de l'audit obligatoire de la plateforme. Voici quelques exemples de cas où les créatifs sont refusés :

- Le créatif n'affiche pas de marque précise;
- L'adresse URL n'est pas valide;
- L'adresse URL n'est pas accessible.

Puis-je appliquer des périodes de diffusions à mes créatifs de campagne ?

À l'étape 3 du processus de création de la campagne, les utilisateurs ont la possibilité de définir des périodes pour les créatifs qu'ils choisissent d'ajouter à la campagne.

The screenshot shows the 'Mes annonces' (My ads) section of the Bell advertising interface. On the left, there are four main actions: 'Téléchargez votre annonce', 'Sélectionner dans la bibliothèque', 'Modifier les diffusions' (highlighted with a red box), and 'Commander du neuf'. The main area displays three ad creatives: 'Coffee Drinkers Ad 1', 'Coffee Shop New Location', and 'Test Bell Ad'. On the right, a 'Test one' panel shows campaign details: Type de campagne (Digital Display), Période (25 June 2025 - 30 July 2025), Budget (\$1,333), CPM (\$8), and Impressions (166,000). At the bottom, a progress bar indicates the current step is 'Sommaire' (Summary), with other steps being 'Campagne', 'Ciblage', 'Les publicités', and 'Paielement'. A 'Suite' button is visible at the end of the progress bar.

Après avoir sélectionné « Modifier les périodes » dans la partie Mes annonces du processus de création de la campagne, les utilisateurs auront la possibilité d'ajouter plusieurs périodes de diffusions aux créatifs.

This screenshot shows the 'Périodes de diffusion publicitaires' (Advertising broadcast periods) configuration screen. It lists two ad creatives: 'Coffee Shop New Location' and 'Coffee Drinkers Ad 1'. For 'Coffee Shop New Location', two broadcast periods are defined:

Période	Début de la période	Fin de la période	Durée
1 Période 1	25 juin 2025	16 juillet 2025	22 jours
2 Période 2	16 juillet 2025	30 juillet 2025	15 jours

 A red box highlights these two periods. Below them is a button to '+ Ajouter une autre période pour cette annonce'. For 'Coffee Drinkers Ad 1', only one period is currently defined, with a dropdown menu set to '1 période'.

Veillez noter que les dates de diffusion des créatifs sont limitées aux dates de diffusions définies pour la campagne.

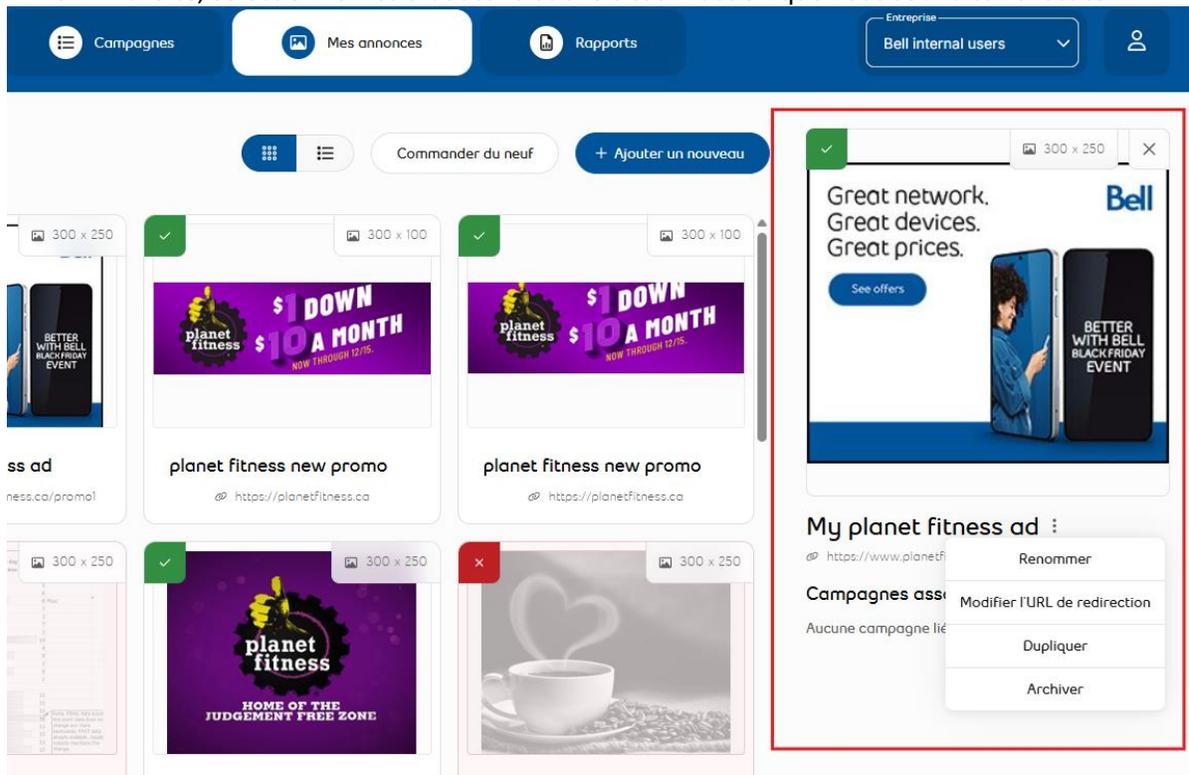
Puis-je modifier les périodes de diffusions des créatifs en cours de campagne ?

Une fois qu'une campagne est en ligne, les utilisateurs pourront modifier les périodes des créatifs comme ils le souhaitent. Les utilisateurs ne pourront pas modifier leurs périodes tant que le statut de la campagne sera à venir.

Quels sont les éléments de ma publicité que je peux modifier après l'avoir téléchargée dans le tableau de bord Mes annonces ?

Après avoir téléchargé un créatif sur la plateforme, les utilisateurs peuvent modifier le nom de celui-ci, l'URL de redirection, ainsi que dupliquer et archiver des versions.

1. Accédez à la bibliothèque mes publicités
2. Localisez et sélectionnez le créatif que vous souhaitez modifier.
3. A droite, sélectionnez les 3 boutons et choisissez l'action que vous souhaitez exécuter.



Existe-t-il un moyen de « masquer » les créations qui sont plus d'actualités ?

Bell Publicités pour entreprises vous donne la possibilité d'archiver des créations pour que votre tableau de bord "Mes annonces" soit le plus épuré possible. Sélectionnez-le ou les créatifs que vous souhaitez archiver, puis cliquez sur Archiver

Bell Publicités pour entreprises

Campagnes Mes annonces Rapports

Mes annonces

Commander du neuf + Ajouter un nouveau

Nom	Type	Taille	Statut
Tylenol Ad	Bannière	300 x 250	Approuvé
<input checked="" type="checkbox"/> My planet fitness ad	Bannière	300 x 250	Approuvé
planet fitness new promo	Bannière	300 x 100	Approuvé
planet fitness new promo	Bannière	300 x 100	Approuvé
<input checked="" type="checkbox"/> Test pour démo 1	Bannière	300 x 250	L'audit a échoué
Annonce test Café	Bannière	300 x 250	L'audit a échoué
Bannière café sympa	Bannière	300 x 250	L'audit a échoué
Pizza Time	Bannière	300 x 250	L'audit a échoué
PizzaTime	Bannière	300 x 250	L'audit a échoué
<input checked="" type="checkbox"/> Steele Wheels	Bannière	300 x 250	Approuvé
Bluebirds	Bannière	300 x 250	Approuvé

3 Annonces sélectionnées

Désélectionner Archiver

The screenshot shows the 'Mes annonces' (My Ads) section of the Bell Ads Management interface. At the top, there are navigation tabs for 'Campagnes', 'Mes annonces', and 'Rapports'. Below the 'Mes annonces' header, there are buttons for 'Commander du neuf' and '+ Ajouter un nouveau'. The main area displays a grid of eight advertisements. The first row contains: 'Tylenol Ad', 'My planet fitness ad', 'planet fitness new promo', and another 'planet fitness new promo'. The second row contains: 'Test pour démo 1', 'Annonce test Café', 'Bannière café sympa', and 'Pizza Time'. At the bottom, a dark blue bar shows '4 Annonces sélectionnées' and two buttons: 'Désélectionner' and 'Archiver'. The 'Archiver' button is highlighted with a red box.

Note: lorsque vous archivez des publicités, vous ne les supprimez pas, mais vous les cachez de votre tableau de bord Mes annonces.

Puis-je désarchiver une création déjà archivée ?

Toutes les créations archivées sont transférées dans un répertoire auquel vous pouvez accéder via le tableau de bord Mes annonces.

1. Accédez au tableau de bord Mes annonces
2. Assurez-vous qu'aucune publicité n'est sélectionnée.
3. Accédez au volet Filtres sur le côté droit de l'écran et sélectionnez le bouton suivant pour accéder à vos créatifs archivés

The screenshot shows the 'Mes annonces' (My Ads) section of the Bell Ads platform. It features a grid of three ad creatives: two for 'planet fitness' and one for 'PizzaTime'. To the right, a 'Filtres' (Filters) sidebar is visible, with a red box highlighting the 'Afficher les archives' (Show Archives) button. The top navigation bar includes 'Campagnes', 'Mes annonces', and 'Rapports'.

Pour désarchiver des créations, sélectionnez la création dans la vue Archive et choisissez « Désarchiver ». Lorsqu'un créatif est désarchivé, un audit de la plateforme pour cette création est automatiquement relancé.

The screenshot shows the 'Mes annonces' section with a table of ad creatives. The first row, 'Coffee Shop New Location', is selected and highlighted in blue. At the bottom of the interface, a dark blue bar contains a '1 Annonce sélectionnée' indicator, a 'Désélectionner' button, and a 'Désarchiver' button, which is highlighted with a red box.

Nom	Type	Taille	Statut
<input checked="" type="checkbox"/> Coffee Shop New Location	Bannière	300 x 250	Approuvé
Coffee Shop New Location	Bannière	300 x 250	Approuvé
PizzaTime	Bannière	300 x 250	L'audit a échoué

De quel type d'information ai-je besoin pour téléverser une publicité sur la plateforme?

Lorsque vous enregistrez une publicité dans une campagne ou dans la bibliothèque d'annonces, veuillez-vous assurer qu'une adresse de redirection URL et qu'un nom de publicité unique sont

associés à la celle-ci. L'adresse URL dirigera les personnes qui cliquent sur la publicité vers cette page Web spécifique. La plateforme ne vous permettra pas de sauvegarder la publicité à moins que ces paramètres ne soient remplis.

Veillez noter que l'adresse de destination URL est vérifiée pendant le processus de vérification des publicités. Votre publicité ne sera pas conforme si l'adresse de destination URL n'est en lien avec votre publicité.

Puis-je interrompre des créatifs une fois que ma campagne est commencée?

Les publicités Bell pour les entreprises vous permettent de mettre en pause les créations associées à une campagne :

1. Sélectionnez la campagne qui contient les créations que vous souhaitez mettre en pause.
2. Faites défiler l'écran vers le bas et sélectionnez 'Modifier le statut de la publicité'

The screenshot shows the Bell Ads for Business interface. At the top, there's a navigation bar with 'Campagnes', 'Mes annonces', and 'Rapports'. Below this is a table of campaigns. A modal window titled 'Résumé de la campagne' is open, showing details for a campaign named 'Crave Test 1' with a URL 'https://www.crave.ca'. The modal has a red border and contains a play button icon and two buttons: 'Modifier les statuts des annonces' and '+ Ajouter depuis Mes Annonces'.

Statut	Nom	Canal	Début	Fin	Budget	Rythme	Informations
●	CoTV Test	Télévision conr	déc. 12	déc. 26	\$2,000	0%	
●	Coffee & Doughnuts Promo	Bannière	juil. 04	juil. 18	\$5,000	-	
●	Ahraniya Test 123	Vidéo	-	-	-	-	
●	Test 3 - Copy	Télévision conr	oct. 09	oct. 13	\$500	-	
●	test	Bannière	juil. 23	août 10	\$1,000	-	
●	Coffee Shop New Location Promo	Bannière	juil. 01	juil. 30	\$5,000	-	
●	CoTV Test	Télévision conr	sept. 26	oct. 31	\$3,000	-	

3. Sélectionnez les publicités que vous souhaitez garder actives ; les créations resteront actives dans la campagne.
4. Désélectionnez les annonces que vous souhaitez désactiver ; les créations seront mises en pause et ne seront plus diffusées dans le cadre de la campagne.
5. Cliquez sur 'Enregistrer les modifications' lorsque vous êtes prêt à soumettre vos modifications.
6. Re-sélectionnez la même campagne et la même plateforme pour confirmer vos modifications

The screenshot shows the Bell Publicités pour entreprises dashboard. At the top, there are navigation tabs for 'Campagnes', 'Mes annonces', and 'Rapports'. The 'Campagnes' tab is active, displaying a table of campaigns. The table has columns for Statut, Nom, Canal, Début, Fin, Budget, Rythme, and Informations. The first campaign, 'CoTV Test', is highlighted in blue and has a green checkmark icon in the Statut column, indicating it is approved. The second campaign, 'Coffee & Doughnuts Promo', has a yellow pause icon in the Statut column, indicating it is paused. The third campaign, 'Ahranlyo Test 123', has a grey dot icon. The fourth campaign, 'Test 3 - Copy', has a grey dot icon. The fifth campaign, 'test', has a grey dot icon. The sixth campaign, 'Coffee Shop New Location Promo', has a grey dot icon. The seventh campaign, 'CoTV Test', has a grey dot icon. To the right of the table, there is a 'Résumé de la campagne' modal window. It shows a preview of a video advertisement for 'Crave Test 1' with a URL 'https://www.crave.ca'. Below the preview, there are buttons for 'Modifier les statuts des annonces' and '+ Ajouter depuis Mes Annonces'.

Statut	Nom	Canal	Début	Fin	Budget	Rythme	Informations
✓	CoTV Test	Télévision conr	déc. 12	déc. 26	\$2,000	0%	
⏸	Coffee & Doughnuts Promo	Bannière	jull. 04	jull. 18	\$5,000	-	
●	Ahranlyo Test 123	Vidéo	-	-	-	-	
●	Test 3 - Copy	Télévision conr	oct. 09	oct. 13	\$500	-	
●	test	Bannière	jull. 23	oo0t 10	\$1,000	-	
●	Coffee Shop New Location Promo	Bannière	jull. 01	jull. 30	\$5,000	-	
●	CoTV Test	Télévision conr	sept. 26	oct. 31	\$3,000	-	

L'image ci-dessus montre que votre création est approuvée (icône de coche verte), mais surtout qu'elle a été mise en pause dans la campagne (icône de pause jaune).

Paiement

Quelles marques de cartes de crédit puis-je utiliser pour le paiement sur Bell Publicités pour entreprises?

Les paiements par cartes Visa, Master Card et American Express sont acceptés sur Bell Publicités pour entreprises.

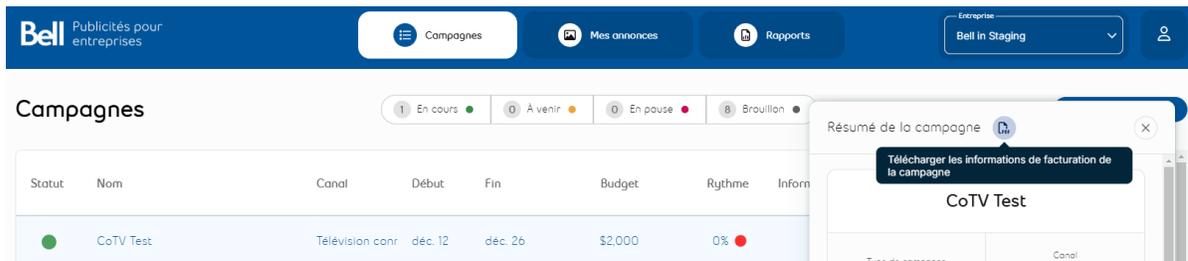
Est-ce que je vais recevoir une facture pour mon achat après avoir soumis un paiement?

Une fois votre paiement traité avec succès, vous recevrez également un courriel automatisé de Moneris contenant la confirmation du paiement à l'adresse courriel associée à l'achat.

De plus, le service Bell Publicités pour entreprises permet aux utilisateurs d'obtenir les informations de facturation pour les campagnes à venir, en cours et terminées, directement à partir de la plateforme.

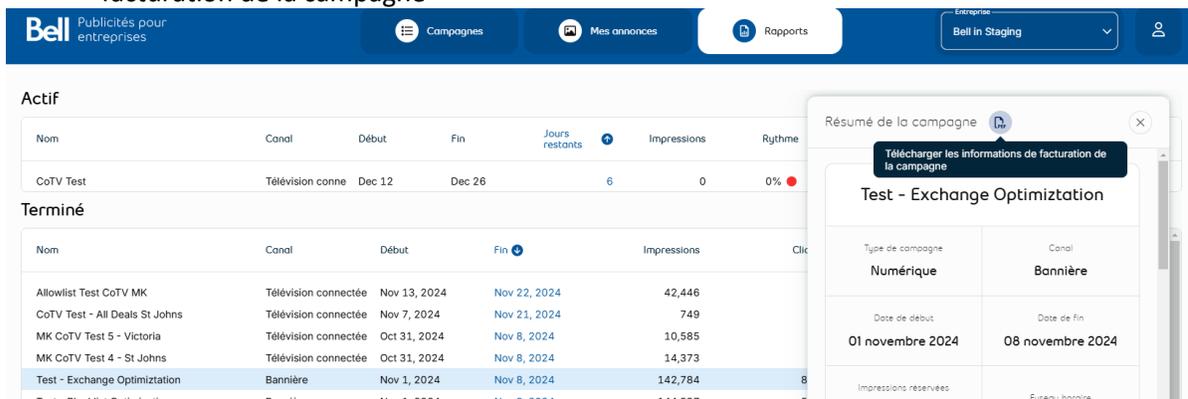
Pour les campagnes à venir ou en cours :

1. Sur la page d'aperçu de la campagne, sélectionnez la campagne pour laquelle vous souhaitez générer les informations de facturation en format PDF
2. Après avoir sélectionné la campagne, faites défiler l'écran jusqu'à la droite du texte 'Sommaire de la campagne'.



Pour les campagnes terminées :

1. Sur la page de rapports, recherchez la campagne dans la section des campagnes terminées.
2. Cliquez sur le bouton 'crayon' à droite de la campagne, ce qui affichera le sommaire de la campagne.
3. Sélectionnez les éléments suivants pour commencer à télécharger le sommaire de facturation de la campagne



Bell Média enregistre-t-elle mes renseignements de carte de crédit?

Bell Média ne conserve aucune information bancaire, conformément à nos politiques de confidentialité. Vous devrez entrer vos informations de paiement pour chaque campagne.

Qu'advient-il de mon paiement si ma campagne n'obtient pas les résultats attendus?

Un client sera admissible à un remboursement pour le budget non dépensé si la campagne ne génère pas au moins 90 % des impressions réservées.

- Exemple de remboursement admissible : Le budget du client est de 10 000 \$ avec une prévision d'impression enregistrée de 100 000. La plateforme ne génère que 80 000 impressions.
- Formule de remboursement : Remboursement = budget de la campagne – (budget de la campagne *[impressions générées/impressions cibles]) – Frais de traitement de Bell Média.
- Exemple de remboursement : Calcul du remboursement = 10 000 \$ - (10 000 \$ *(80 000 /100 000)) - 50 \$ = 1 975 \$

J'ai tenté de payer les frais de ma campagne, mais le paiement a été refusé. Pourquoi la campagne refusée ne s'affiche-t-elle plus dans mon tableau de bord?

Les campagnes refusées ou qui ne sont pas approuvées après la soumission du paiement ne s'afficheront pas dans le tableau de bord de l'aperçu des campagnes. Les clients devront créer une nouvelle campagne et essayer de soumettre le paiement de nouveau.

Puis-je annuler ma campagne?

Les clients peuvent annuler leurs campagnes si celles-ci n'ont pas encore commencé à générer des impressions. Les clients qui décident d'annuler leur campagne avant qu'elle ne débute recevront un remboursement complet moins les frais de traitement de Bell Média de 50 \$.

Les clients auront également la possibilité d'annuler leur campagne à mi-chemin, mais ne recevront pas de remboursement. À titre de solution de rechange, les clients peuvent mettre leurs campagnes en pause et les redémarrer en tout temps.

Quel est le délai de remboursement du client sur sa carte de crédit?

Le délai de remboursement sur la carte de crédit est d'environ 24 à 48 heures. Les remboursements sont effectués par Moneris, le fournisseur de services de paiement sécurisé de Bell Média.

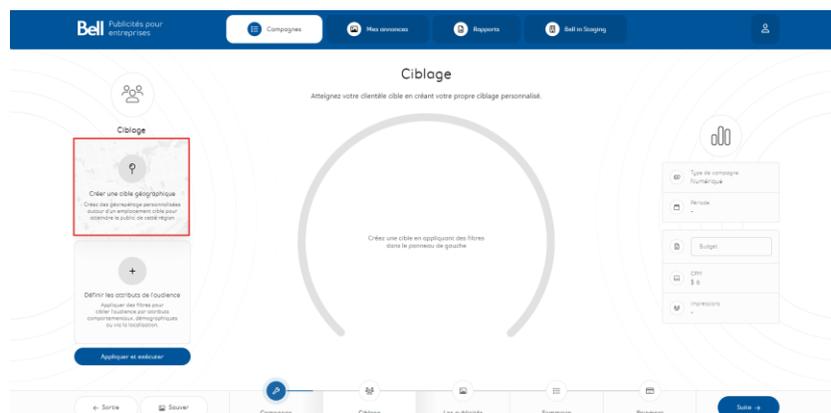
Ciblage

Quelles données sont utilisées pour créer mes audiences cibles?

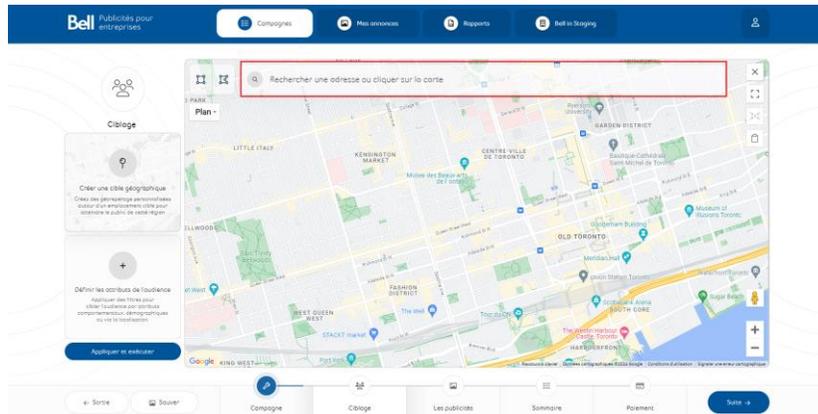
Toutes les options de ciblage de Bell Publicités pour entreprises sont propulsées par les données internes premium de Bell, conformément à la protection de la vie privée. Bell regroupe les données de millions de points de contact par le biais de ses services Internet, télévisuels et mobiles afin d'offrir à ses clients des options de ciblage plus granulaire.

Comment puis-je utiliser la fonction de géociblage dans Bell Publicités pour entreprises?

À la deuxième étape de la création d'une campagne, cliquez sur créer une cible géographique dans la portion gauche de l'écran.



Ensuite, indiquez une adresse que vous souhaitez utiliser pour le géociblage :



Une fois que vous êtes satisfait de l'adresse à utiliser pour le géociblage, sélectionnez l'une des trois options utilisées pour cibler votre emplacement.

Quelles options de ciblage utilise-t-on pour cibler un emplacement?

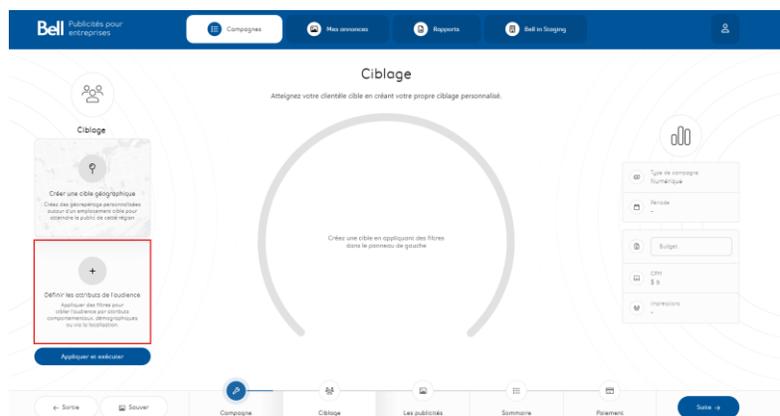
Cible d'emplacement

Créer une cible d'emplacement : créez des emplacements ou des zones de géociblages personnalisés autour d'un emplacement spécifique pour atteindre les auditoires de cette région. Vous avez trois options de géociblage à votre disposition sur la plateforme :

<p>Géociblage lié à la distance de déplacement : atteignez des personnes à une distance personnalisée (en km) de votre emplacement cible.</p>	<p>Géociblage lié au temps de déplacement : atteignez des personnes à une distance personnalisée de votre emplacement cible en fonction du temps de déplacement.</p>	<p>Géociblage personnalisé : créez une zone de géociblage personnalisée pour atteindre les auditoires dans une zone personnalisée que vous avez définie.</p>

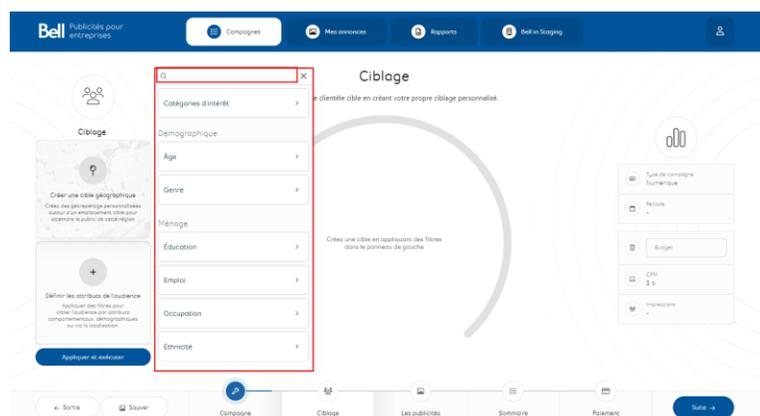
Puis-je cibler des emplacements (provinces, villes, SDO) sans recourir à l’option de cible d’emplacement?

À la deuxième étape du processus de création de la campagne, vous pouvez également sélectionner définir les attributs de l’audience.



Parcourez les options relatives aux caractéristiques de l’audience pour les appliquer à votre campagne, notamment les options suivantes :

- Catégories d’intérêt;
- Démographie;
- Caractéristiques du foyer;
- Lieu de résidence (provincial, municipal et SDO);
- Lieu de travail (provincial, municipal et SDO).



Appliquez les filtres d’audience de premier choix de Bell aux cibles d’emplacement afin de raffiner votre audience cible. Vous n’avez pas besoin de créer de cible d’emplacement pour utiliser les caractéristiques d’audience.

Veillez noter que vous pouvez modifier la logique de superposition de vos catégories d'intérêt appliqué à votre campagne; il suffit de sélectionner la logique 'Et' ou 'ou' :

- **Et** : précise la portée du ciblage - si vous choisissez plusieurs segments au sein d'une campagne, les utilisateurs doivent correspondre à tous les segments sélectionnés.
- **Ou** : élargit la portée du ciblage - si vous ciblez plusieurs segments au sein d'une campagne, les utilisateurs peuvent appartenir à n'importe lequel des segments sélectionnés.

Vous trouverez ci-dessous les catégories d'intérêt accessibles dans Bell Publicités pour entreprises :

Agriculture	Passionnés de sports extrêmes	Adeptes de cuisine à la maison	Habités des restaurants
Voyageurs en avion	Familles avec enfants de 5 à 12 ans	Clientèle d'hôtellerie	Clientèle bancaire (particuliers)
Consommateurs de boissons alcoolisées	Acheteurs d'accessoires mode	Consommateurs potentiels d'assurance	Acheteurs à la recherche de récompenses
À la recherche d'appareils électroménagers	Fashionistas	Adeptes d'investissement	Clientèle de taxis et d'autopartage
Consommateurs potentiels de véhicule	Clientèle de restauration rapide	Acheteurs de bijoux	Passionnés de course
Consommateurs de produits de beauté	À la recherche de planification financière	À la recherche d'emploi	Consommateurs potentiels – maison connectée
Adeptes d'enchères	Adeptes de mise en forme	Adeptes de littérature	Adeptes de sports
Propriétaires de véhicule	Clientèle de livraison des restaurants	Passionnés de sports de ligues majeures	Acheteurs potentiels de vêtements de sport
Acheteurs de vêtements	Acheteurs de chaussures	Clientèle de centres commerciaux	Contribuables
Consommateurs de cocktail ou de bière	À la recherche de meubles	Fans de stars de cinéma	Adeptes de technologie
Consommateurs de café/thé	Passionnés de jeux vidéo	Cinéphiles	Agents de voyages
Adeptes de bandes dessinées	Jeux	Nouveaux parents	Adeptes de voyage
Demandeurs de prêt et crédit	Adeptes de jardinage/d'aménagement paysager	Adeptes de vie nocturne	Adeptes de sports nautiques/bateaux
Amateurs de rencontres	Adeptes de santé	Consommateurs en ligne	Acheteurs bien informés
Adeptes de bricolage et réno	Adeptes de santé/mise en forme	Parents	Consommateurs de vin
Acheteurs cinéma maison et électroniques	Adeptes de cuisine santé	Propriétaires d'animaux de compagnie	Adeptes de yoga
Adeptes	Passionnés de hockey	Amateurs de pizza	
Festivaliers et amateurs d'évènements	Acheteurs/vendeurs de maisons	Responsables d'achats en épicerie	

1. Et un échantillon de segments préconstruit PRIZM tiré d'[Environics Analytics](#) :

01 - La Liste A	24 - Familles Tout-Terrain	47 - Réseauteurs	
02 - Riches et sages	25 - Sports de banlieue	48 - Agro-industrie	
03 - Asiatiques sophistiqués	26 - Traditions rurales	49 - Baby-boomers ruraux	
04 - Banlieue dynamique	27 - Diversité nouvelle	50 - Country et western	
05 - Familles de première classe	28 - Vie Latte	51 - De nouveau seuls	
06 - Énergie urbaine	29 - C'est Tiguidou	52 - Amis et colocataires	
07 - Matures et en sécurité	30 - Société d'Asie du Sud	53 - Résidences argent	

08 - Multiethniques aisées	31 - Métro diversifié	54 - Vie au village	
09 - Bonheur des baby-boomers	32 - Diversifiés et déterminés	55 - Enclaves multiethniques	
10 - Réussite asiatique	33 - Nouveaux ruraux	56 - Jeunes biculturels	
11 - Banlieue moderne	34 - Familles typiques	57 - Équilibre instable	

Puis-je utiliser plusieurs cibles d'emplacement pour l'exécution de ma campagne?

Vous pouvez créer autant de zones de géociblage que nécessaire pour atteindre votre audience cible.

Puis-je créer un emplacement personnalisé ciblant une région américaine?

Bell Publicités pour entreprises tire parti des données canadiennes de premier plan de Bell et est optimisée pour le ciblage au Canada. Il n'est pas recommandé d'utiliser cette plateforme pour cibler les audiences aux États-Unis.

Effectue-t-on un ciblage linguistique pour les campagnes?

Bell Publicités pour entreprises n'offre actuellement aucun ciblage linguistique. Assurez-vous que l'audience géographique que vous avez ciblée est adéquate pour la langue associée à vos marques ou vos créatifs.

Suivi de campagne et rapports

À quelle fréquence dois-je vérifier mon rendement dans Bell Publicités pour entreprises?

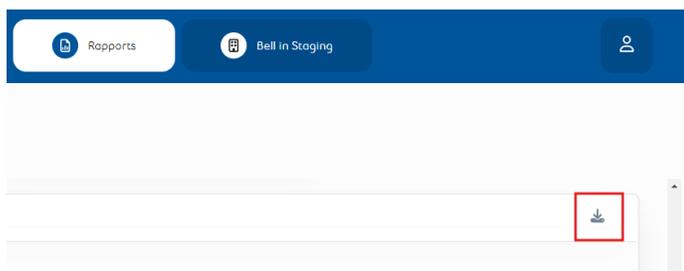
Il est recommandé à tous les annonceurs qui utilisent la plateforme, de vérifier l'activité de leur campagne Bell Publicité. Il est recommandé de vérifier le rendement et la performance de votre campagne une à deux fois par semaine. Si vous remarquez des problèmes concernant vos campagnes, veuillez communiquer avec votre représentant des ventes de Bell Média.

Je ne trouve pas mes campagnes terminées dans le tableau de bord. Comment puis-je voir si celles-ci sont terminées?

Les campagnes en cours et celles terminées se trouvent sous l'onglet rapports de la plateforme. Accédez au haut de la page et sélectionnez rapports pour voir une liste de toutes les campagnes exécutées sur la plateforme, y compris les campagnes remboursées.

Quel type de rapports est disponible sur la plateforme?

Bell Publicités pour entreprises est dotée d'une fonction de production de rapports qui vous permet de produire des rapports en temps quasi réel pour les campagnes en cours et terminées. Vous serez en mesure d'observer des données comme les impressions générées, le budget délivré ainsi que les activités liées à votre campagne et aux créatifs individuels, comme le taux de clics et le taux de visionnement des vidéos. Vous pouvez exporter vos données sur chacune des mesures de votre campagne à droite de l'interface utilisateur.



Pourquoi les rapports pour les campagnes Télé connectée n'affichent-ils que les impressions fournies?

Actuellement, sur Bell Publicités pour entreprises, nous pouvons uniquement voir les impressions livrées, le type d'appareil et les données associées aux créatifs.

Soutien

Que dois-je faire si je suis confronté à des problèmes techniques lors de l'utilisation de la plateforme?

Si vous faites face à des problèmes ou des événements inattendus sur la plateforme, veuillez d'abord vider la mémoire cache et les témoins de votre navigateur Internet pour vous assurer que Bell Publicités pour entreprises fonctionne comme prévu.

Si vous avez des questions sur la configuration de votre campagne ou souhaitez signaler des problèmes techniques, veuillez communiquer avec votre représentant des ventes de Bell Média. Celui-ci créera un billet directement auprès de notre équipe de soutien technique, si besoin, afin de résoudre la problématique.

Quelles langues sont disponibles sur cette plateforme?

Le site Bell Publicités pour entreprises est offert en anglais et en français. Sélectionnez l'icône qui se trouve en haut à droite pour changer de langue.

Y a-t-il des exigences relatives au navigateur ou au système?

Bell Publicités pour entreprises est compatible avec les environnements de bureau et prend en charge tous les principaux navigateurs, y compris Google Chrome, Microsoft Edge, Firefox et Safari.