

## IV.1 - Exercice 1:

### 1- Définir ce qu'est le SEA

Le SEA (Search Engine Advertising) signifie littéralement en Français publicité sur les moteurs de recherche. A la différence du SEO qui permet de référencer un site de manière naturelle et gratuite, le SEA est payant. Il est également appelé référencement payant.

Le SEA consiste à acheter des mots-clés auprès des régies publicitaires des moteurs de recherche comme Google, régie sur laquelle nous allons axer le cours. La régie publicitaire de Google s'appelle donc Google Ads (anciennement Google Adwords).

### 2- Quels sont les différents réseaux qu'il est possible de cibler grâce à Google Ads ?

- ✓ Le réseau Search
- ✓ Le réseau Shopping
- ✓ Le réseau Display
- ✓ Réseau Youtube

### 3- Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?

- **Le réseau Search** correspondant aux pages de résultat de recherche. Sur Google, les résultats provenant de campagnes SEA sont affichées avec une petite étiquette « annonce » à côté du lien : Chaque annonce sponsorisée paye pour apparaître en haut des pages et est débitée d'un montant correspondant au prix du mot-clé à chaque clic.
- **Le réseau Shopping** qui apparaît sous forme de bande avec différents produits en relation avec la requête.

- **Le réseau Display** qui permet d'afficher des annonces à des endroits très précis sur certains sites.
- **Réseau Youtube** : permet d'afficher une publicité avant une vidéo Youtube. Lorsqu'un internaute lancera une vidéo Youtube, votre publicité lui sera proposée.

#### 4- Expliquer les différences entre le SEO et le SEA

##### SEO :

- renforce la notoriété de la marque et la confiance des internautes alors que le SEA répond surtout à des enjeux de court terme.
- Demande des efforts constants notamment pour la création de contenus
- Les effets du SEO sont pérennes : un site peut continuer à bien se positionner même si on y alloue moins de temps et de ressources. A l'inverse, les effets du SEA s'arrêtent quand la campagne est terminée.

##### SEA :

- permet de mener une campagne d'acquisition limitée dans le temps, par exemple pour des offres saisonnières ou un lancement de produit.
- Produit des résultats dès le lancement de la campagne alors que les effets du référencement naturel ne se font sentir qu'au bout de quelques mois. Toutefois, à long terme, le SEO offre un meilleur ROI.
- Avec les options de ciblage, le SEA permet de pousser ses annonces vers une cible spécifique en fonction de sa localisation géographique ou de ses centres d'intérêts par exemple.

## IV.2 - Exercice 2:

### 1- Comment est structuré un compte Google Ads ?

Voici à quoi ressemble la structure d'un compte Google Ads. C'est une structure sous forme de poupées russes ou d'entonnoir car la campagne englobe le tout, puis on va de plus en plus dans le détail jusqu'à l'annonce finale.

Campagnes	Groupes d'annonce	Mots-clés	Annonces
Chaussures 300€/jour	Chaussures de sport	Chaussures de course Chaussures pour courir Chaussure running	<p><b>Année</b> - <a href="https://www.nike.com/running">https://www.nike.com/running</a> -</p> <p><b>NIKE Running, prenez le rythme - Le site officiel Nike</b></p> <p>Découvrez les derniers vêtements, chaussures et accessoires de running sur le site Nikei.</p> <p>Obtenez le maintien et le confort qu'il vous faut pour être au top à chaque pas avec Nike.</p> <div> <p><b>Running pour homme</b></p> <p>Technologie de running ingénierie.</p> <p>Explorez nos articles pour homme.</p> </div> <div> <p><b>Running pour femme</b></p> <p>Comblez avec style avec les articles de running pour femme signés Nike.</p> </div>
Chaussures 200€/jour	Chaussures de ville	Chaussures de ville Chaussures de ville homme	<p><b>Année</b> - <a href="https://www.zalando.fr">https://www.zalando.fr</a> -</p> <p><b>Chaussures de ville - Livraison et Retour Gratuits</b></p> <p>Trouvez une grande sélection de Chaussures de ville. Retour sous 100 jours. Livraison rapide. Nouveautés mode à bas prix. Plus de 2000 marques. Satisfait ou Remboursé.</p> <div> <p><b>Mode pour hommes</b></p> <p>Découvrez les dernières tendances mode et chaussures pour hommes.</p> </div> <div> <p><b>Mode à prix réduits</b></p> <p>Profitez des meilleures offres sur vos marques préférées.</p> </div> <div> <p><b>Nouveau sur Zalando</b></p> <p>Découvrez les dernières collections et inspirez-vous de nos nouveautés.</p> </div> <div> <p><b>Mode créateurs</b></p> <p>Découvrez des pièces exclusives pour un look unique.</p> </div>
T-shirt 100€/jour	Maillot	Maillot de foot Maillot football Maillot sport	<p><b>Année</b> - <a href="https://www.nike.com/football">https://www.nike.com/football</a> -</p> <p><b>Le site officiel Nike - Maillots en ligne sur Nike</b></p> <p>Resteil au frais et au sec quand vous bougez avec nos maillots respirants et anti-transpirants. Conçu pour le sport, fabriqué pour la vie. Découvrez les derniers vêtements Nike.</p> <div> <p><b>Tenues de clubs</b></p> <p>Portez les couleurs de votre équipe avec nos tenues dernières tenues.</p> </div> <div> <p><b>Entraînement de foot Nike</b></p> <p>Équipez-vous avec style avec les tenues d'entraînement de foot Nike.</p> </div> <div> <p><b>Nike Mercurial</b></p> <p>Traction et vitesse explosive. Découvrez Nike Mercurial.</p> </div> <div> <p><b>Football en salle Nike</b></p> <p>Gardez une longueur d'avance avec les articles de foot en salle Nike.</p> </div>

### 2- Comment établir un bon ciblage ?

- **Quel type de produit ou de service je vends?**

Il faut absolument définir son offre afin de ne pas se tromper sur la cible et sur l'offre car selon les produits ou les services la stratégie à mettre en place n'est pas la même.

- **Quelle est mon audience?**

Le réponse est donnée grâce à la définition de l'offre. Si je vends des voitures, je m'adresse en priorité aux personnes ayant le permis car l'offre leur convient parfaitement. Cela permettra de définir un avatar client afin d'identifier les besoins et d'adapter le discours aux problèmes rencontrés par les prospects.

- **Quel réseau choisir ?**

Chaque réseau a ses spécificités et est adapté à un ou plusieurs stratégies qui lui sont propres. Par exemple, Google Shopping est utilisé exclusivement par des sites e-commerce qui vendent des produits. Il n'y a pas de prestataires de service qui utilisent Google Shopping.

### 3- Comment bien gérer son budget ?

Le budget sur Google Ads se détermine par un montant journalier que la campagne peut dépenser. Il faut donc établir un budget quotidien que Google dépensera tout au long de la journée.

La première phase lors de la publication d'une campagne est la phase de test, appelée « testing ». Cette phase est la plus importante car elle va conditionner tout le reste de la campagne et du budget. Elle consiste à créer une campagne, attribuer un budget assez faible pour tester, et la laisser tourner environ une semaine car l'algorithme de Google a besoin de ce temps pour apprendre du comportement des internautes qui interagissent avec la campagne, et pour comprendre la campagne afin de dispatcher le budget comme il faut et proposer des données vraiment précises. Cette phase d'apprentissage de l'algorithme est

absolument nécessaire peu importe l'ancienneté du compte Google Ads. Certes, si le compte est ancien et a déjà servi pour lancer plusieurs campagnes, l'apprentissage se fera plus facilement que pour un compte tout neuf. Mais aucun compte n'y échappe.

#### 4- Qu'est-ce que le CPC ?

Le Coût Par Clic (CPC) est un mode de facturation des espaces publicitaires. Il met en relation un annonceur voulant acheter un espace publicitaire sur Internet et une entreprise permettant de diffuser sa campagne sur le web. Le CPC permet aux annonceurs de payer uniquement lorsqu'un internaute clique sur la publicité.

### IV.4 - Exercice 4:

#### 1- Qu'est-ce que le réseau Shopping et à qui est-il adressé ?

Le réseau shopping est un réseau primordial et indispensable pour tout site e-commerce qui souhaite vendre sur Google.

Le réseau shopping s'adresse aux sites e-commerce.

#### 2- Comment Google identifie et liste un produit sur le réseau Shopping ?

Afin de référencer un produit et de faciliter la tâche à Google, il est possible de demander à Google de scanner le titre de la page produit et la description du produit (contenu de la page produit), ou bien de scanner la balise title et la meta description dans le code.

Il est recommandé d'utiliser la meta description et la balise title car ces deux éléments sont en général optimisés pour le SEO et SEA,

contrairement aux pages produit qui elles sont plus orientées marketing afin de vendre.

#### 4- Comment optimiser une campagne Shopping ?



Tout part de la base, la structure du compte. Il faut s'assurer que le compte dispose de campagnes distinctes, avec des groupes d'annonces distincts dedans, des enchères adaptées et cohérentes avec les mots-clés ciblés.

Le deuxième étage de la pyramide concerne les mots-clés. Il faut s'assurer que les mots-clés ciblés sont cohérents et surtout qu'ils rapportent de l'argent. Si ce n'est pas le cas, il faut absolument trier et exclure ces mots-clés en changeant le titre et la description de la page.

Le troisième étage concerne les enchères. Est-ce que les enchères sont bien définies ? Le CPC est-il assez élevé ? Trop élevé ? L'étude de la concurrence et des CPC est primordiale afin de ne pas être hors course mais également afin de ne pas dépenser tout le budget trop rapidement.

Viennent ensuite les publicités : les annonces sont-elles optimisées ? En rapport avec la page de destination ?

Enfin, le dernier étage vient ponctuer l'optimisation. On parle d'ajustement de l'enchère car c'est à ce niveau qu'il faut opérer des changements afin de profiter au maximum d'une annonce ou d'un mot-clé qui performe. Si un mot-clé présente de bons résultats, il faut augmenter le budget dessus.