

Programme D-CLIC

Module : SEA

Projet 1 - Introduction au SEA

IV - Énoncé

IV.1 - Exercice 1 :

1-Définir ce qu'est le SEA.

- Le SEA ou le Search Engine Advertising est la publicité sur le moteur de recherche ,c'est l'un des meilleurs moyens de se positionner rapidement sur les mots-clés visés et de générer du trafic. Il est un système qui vise à placer une annonce publicitaire en bonne position sur les moteurs de recherche, dans la partie payante.

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

- Le réseau google Display , le réseau google shopping , le réseau google Display et le réseau YouTube

3- Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?

- Le réseau de recherche englobe tous les sites du moteur de recherche Google et qui permet de faire apparaître les annonces sur les moteurs de recherche
- Le Google Shopping s'adresse aux sites e-commerce. Il permet de lister des produits avant les résultats de recherche en fonction des mots-clés que l'internaute tape
- Le réseau Display se compose de services de Google comme YouTube et Gmail et de sites partenaires qui utilisent la régie publicitaire AdSense

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

- Le SEO ou le Search Engine Optimization c'est pour apparaître dans le résultat gratuit de Google.
- Le SEA ou le Search Engine Advertising c'est pour faire une annonce publicitaire et de quantifier les résultats.

IV.2 - Exercice 2 :

1-Comment est structuré un compte Google Ads ?

- Google Ads est structuré en trois niveaux : le niveau "compte", le niveau "campagnes" et le niveau "groupes d'annonces"

2- Comment établir un bon ciblage ?

- Le ciblage doit être adapté selon le mot clé acheté et l'objectif de la campagne. Et il faut poser ces types de question ci-dessous

- Quel type de produit ou de service je vends ? Quelle est mon audience ? - Quel réseau choisir ?

3- Comment bien gérer son budget ?

- Pour bien gérer le budget, il faut établir un budget quotidien que Google dépensera tout au long de la journée car le budget sur Google Ads se détermine par un montant journalier que la campagne peut dépenser.

4- Qu'est-ce que le CPC ?

- Le CPC ou le Coût Par Clic e coût désigne un procédé de facturation réalisable par le biais de la publicité en ligne.

Créez-vous un compte Google Ads en suivant ce lien :

<https://support.google.com/google-ads/answer/6366720?hl=fr>

IV.3 - Exercice 3 :

Vous êtes de nouveau webmaster pour sport-univers.

1 - Connectez-vous à votre compte Google Ads et trouvez au moins 10 mots-clés sur les thématiques du sport grâce à l'outil de planification des mots-clés de Google Ads :

https://ads.google.com/intl/fr_fr/home/tools/keyword-planner/

2- Listez les mots-clés avec le volume de recherche mensuel et les CPC pour chacun d'eux.

Sport : 1k -10k

Formula 1 : 100-1k

Formule 1 : 1k -10k

Tennis : 1k-10k

f1 2021 : 100-1k

tennis live : 10-100

3- Tapez ces mots-clés dans la barre de recherche Google et essayez de trouver des annonces Search. Identifiez au moins 3 concurrents potentiels.

IV.4 - Exercice 4 :

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

- Le réseau Shopping est le service qui fait augmenter le trafic vers l'e-magasin du commerçant adhérent et il s'adresse au site e-commerce évidemment.

2- Tapez dans la barre de recherche les mots-clés que vous avez trouvés dans le cours sur le réseau Search, et identifiez des produits sur le réseau Shopping.

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

- Les produits s'affichent sous forme de liste au dessus des résultats de recherche des campagnes Google Ads, et des résultats SEO et google les divise en deux : une partie payante qui consiste à créer des campagnes, et une partie gratuite qui permet de référencer les produits directement sur une marketplace.

4- Comment optimiser une campagne Shopping ?

- Il faut utiliser l'option « optimiser pour les conversions » qui est une option permettant d'indiquer à Google d'optimiser le campagne.

IV.5 - Exercice 5 :

1- En quoi consiste le réseau Display ?

2- Quel en est l'usage le plus fréquent ? (acquisition, retargeting...) Pourquoi ?

3- Quels sont les différents ciblage possibles ? Quelles sont leurs différences et leurs particularités ?

4- Désactivez votre bloqueur de publicité si vous en avez un, et baladez-vous sur des gros sites comme Lequipe ou Le Monde. Essayez de trouver des publicités Display et proposez- moi 3 publicités différentes.

IV.6 - Exercice 6 :

1- Où apparaissent les vidéos sur le réseau YouTube ?

2- Combien de temps dure la présentation avant que l'internaute ne puisse passer la vidéo ?

3- Quels sont les principes d'un bon script de vente ?

4- Rendez-vous sur YouTube et essayez d'afficher une publicité en consultant une vidéo.

IV.7 - Exercice 7 :

1- Qu'est ce que le retargeting ?

2- Connectez-vous à votre compte Google Ads et créez une a

1- Qu'est ce que le retargeting ?

2- Connectez-vous à votre compte Google Ads et créez une audience de retargeting.

3- Créez une campagne de retargeting de Display intelligent en ciblant votre audience de retargeting.