

Parcours : SEO/SEA

Module : Découvrir le SEA

Projet 5 - Introduction au SEA

IV - Énoncé

IV.1 - Exercice 1 :

1- Définir ce qu'est le SEA.

SEA est l'acronyme de Search Engine Advertising, et c'est l'un des meilleurs moyens de se positionner rapidement sur les mots-clés visés et de générer du trafic. Le SEA est un système qui vise à placer une annonce publicitaire en bonne position sur les moteurs de recherche, dans la partie payante. Sur Google, on utilise Google Ads, anciennement Google Adwords pour se positionner sur les termes recherchés et améliorer la visibilité.

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

Les campagnes sur le réseau de recherche

Les campagnes display

Les campagnes YouTube

Les campagnes shopping

Les campagnes locales

Les campagnes pour promouvoir les Applications mobiles

3- Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?

-Les campagnes sur le réseau de recherche : Ce sont les campagnes les plus connues de Google Ads. Vous pouvez atteindre des personnes qui recherchent des mots-clés ou des expressions en particulier en remontant dans les premiers résultats de recherche.

- Les campagnes display : Les publicités display permettent de diffuser des visuels engageants sur des sites partenaires. Les annonces display permettent de cibler assez largement des personnes susceptibles de convenir à vos cibles, notamment grâce aux segments d'affinités et segments sur le marché.

- Les campagnes YouTube : Ce sont les vidéos promotionnelles qui apparaissent sur la plateforme ou à l'intérieur des vidéos intégrées sur des sites internet. Vous pouvez cibler sur YouTube en fonction de la chaîne regardée, des thématiques recherchées ou des audiences créées sur mesure.

- Les campagnes shopping : Elles permettent de mettre en avant certains ou tous les produits de votre e-shop dans le moteur de recherche, notamment à l'intérieur d'un carrousel présent en haut de page et dans l'onglet Shopping.

-Les campagnes locales : Grâce aux campagnes locales, vous pouvez attirer plus de gens dans votre boutique et atteindre des personnes dans un rayon géographiques très précis. Ce type de campagne est couplé à des fiches Google My Business.

-Les campagnes pour promouvoir les Applications mobiles : Les campagnes pour applications ont l'objectif d'augmenter le nombre d'utilisateurs ou d'augmenter les ventes au sein d'une application. Il est possible d'utiliser les segments d'audience pour affiner les campagnes.

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

Le SEA 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.

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.

Une bonne stratégie SEO permet de générer du trafic gratuitement (ou à faible coût) alors que le SEA nécessite un budget. On fait parfois la différence entre référencement gratuit et référencement payant.

IV.2 - Exercice 2 :

1- Comment est structuré un compte Google Ads ?

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

2- Comment établir un bon ciblage ?

Étape 1 : Faire un état des lieux global

Étape 2 : Définition des critères de pertinence

Étape 3 : Choisir un bon CRM

Étape 4 : Limiter la taille de vos audiences

Étape 5 : Valider votre ciblage

3- Comment bien gérer son budget ?

Ciblez les mots clés pertinents

Utilisez des annonces de recherche de haute qualité

Utilisez des annonces de remarketing

Utilisez les options d'enchères

Utilisez des outils d'analyse

Utilisez les annonces de recherche dynamique

Utilisez le calendrier de diffusion

Utilisez les annonces d'affichage (Display)

Utilisez les annonces de vidéo (Youtube)

Testez différentes stratégies

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.

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/

Plan créé le déc. 13, 2023, 2 PM, UTC+03:00

Idées de mots clés | Prévision | Mots clés enregistrés | Mots clés à exclure

Recherche : sport | Localisation : Madagascar | Langue : Français | Recherche : Google | Période : déc. 2022 - nov. 2023

Élargir la recherche : + activité physique + sportif + design + science + business + services + water polo

1124 idées de mots clés disponibles

Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Variation sur trois mois	Variation YoY	Concurrence	Taux d'impressions des annonces	Enchère de haut de page (fourchette basse)
<input type="checkbox"/> sport	1 k - 10 k	0 %	0 %	Faible	-	0,12 \$US
Mots clés que vous avez fournis						
<input type="checkbox"/> eurosport live	10 - 100	0 %	0 %	Faible	-	-
<input type="checkbox"/> match coupe...	1 k - 10 k	0 %	-100 %	Faible	-	-
Idées de mots clés						

Affiner vos mots clés

- Concepts génériques ou associés à la marque
- Sport
- Club
- Po:545

Sport

Eurosport live

Match coupe du monde 2022

Tennis direct

Paris foot

MotoGP 2023

Boxe

Roland Garros

Premier ligue

Foot direct

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

Volume de recherche mensuel :

eurosport live : 10 – 100

match coupe du monde 2022 : 1 k – 10 k

tennis direct : 100 – 1 k

paris foot : 10 – 100

motogp 2023 : 100 – 1 k

Boxe : 100 – 1 k

roland garros direct : 10 – 100k

eurosport tennis : 100 – 1 k

Foot en direct : 100 – 1 k

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

- <https://www.eurosport.fr/football/>
- <https://www.lequipe.fr/Rugby/>
- <https://www.sports.fr/>

IV.4 - Exercice 4 :

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

La plateforme publicitaire Google Ads Shopping a été élaborée spécialement pour les commerçants en ligne qui souhaitent promouvoir leurs produits. Contrairement aux annonces textuelles traditionnelles, les annonces Shopping affichent des images de produits, leurs prix, leurs noms, ainsi que les enseignes directement dans les résultats de recherche Google, sur la page Google Shopping, et sur différentes plateformes partenaires de Google.

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 ?

Google utilise un processus appelé "flux de produits" pour identifier et répertorier des articles sur le réseau Shopping. Les détaillants créent un ensemble détaillé de données, comprenant des informations telles que le nom du produit, sa description, son prix, sa disponibilité, son image, sa marque, et d'autres détails. Ces données compilées sont ensuite téléchargées dans le compte Google Merchant Center du détaillant. Une fois le flux intégré dans le Merchant Center, Google exploite ces informations de manière automatique pour générer des annonces Shopping pertinentes en réponse aux requêtes de recherche effectuées par les utilisateurs.

4- Comment optimiser une campagne Shopping ?

Pour optimiser une campagne shopping l'annonceur peut mettre son produit sous le libellée sponsorisé en donnant une rémunération à Google. Google peut ainsi influencer sur la façon dont les articles sont classés et regroupés car il est rémunéré pour les clics effectués sur ces annonces.

- Créer des annonces Shopping de qualité.
- Choisir les bons mots-clés
- Définir une stratégie d'enchères.
- Suivre et analyser les performances.

IV.5 - Exercice 5 :

1- En quoi consiste le réseau Display ?

Le réseau Display représente la plus vaste plateforme publicitaire en ligne, englobant des millions de sites web accessibles aux annonceurs. Ces derniers peuvent sélectionner et diffuser leurs bannières publicitaires dans divers formats auprès d'une audience étendue d'internautes. Sur le réseau Display, les annonceurs positionnent des annonces graphiques sur un large éventail de sites partenaires, notamment le réseau AdSense. Cette approche favorise la génération de conversions et constitue un choix prisé par les startups souhaitant rapidement accroître leur visibilité.

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

Le réseau Display est majoritairement utilisé pour des objectifs tels que la sensibilisation de la marque, l'augmentation du trafic vers les sites web, la promotion de produits ou de services, ainsi que la diffusion d'annonces visuelles afin de captiver l'attention des utilisateurs. De plus, il est fréquemment employé dans le cadre du retargeting, qui vise à cibler les utilisateurs ayant déjà visité le site ou interagi avec le contenu. Ce réseau est privilégié pour ces objectifs en raison de sa capacité à offrir une visibilité visuelle étendue, à atteindre un public diversifié et à communiquer de manière attrayante, ce qui en fait un choix stratégique pour améliorer la notoriété de la marque et l'acquisition de clients potentiels.

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

Critères démographiques

Critères d'intérêts

Critères de comportements

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 ?

Les vidéos présentes sur YouTube peuvent être diffusées à divers emplacements, notamment :

- Dans les résultats de recherche de YouTube : Les vidéos peuvent s'afficher dans les résultats de recherche de YouTube en fonction de leur pertinence par rapport à la requête de l'utilisateur.
- Sur les pages de résultats de recherche Google : Les vidéos peuvent également être présentes sur les pages de résultats de recherche de Google si elles sont en adéquation avec la recherche de l'utilisateur.
- Dans les fils d'actualités des utilisateurs : Les vidéos peuvent être intégrées dans les fils d'actualités des utilisateurs en fonction de leurs centres d'intérêt et de leur historique de visionnage.
- Sur des emplacements vidéo spécifiques : Les vidéos peuvent également être diffusées sur des emplacements vidéo dédiés, tels que des sites Web ou des applications.

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

Il faut attendre 5 secondes.

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

- Susciter l'intérêt du public dès le début.
- Exposer de manière claire les avantages du produit ou du service.
- Formuler un appel à l'action incitatif et explicite pour encourager les spectateurs à prendre des mesures.

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 ?

Le retargeting ou reciblage publicitaire est une technique de marketing en ligne permettant de cibler les visiteurs d'un site ou d'une page web

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

Toutes les ca

Nouvelle audience

Audiences

Segments

Vos insights

Vos sources de données

Audience

+

Nom de l'audience

chaussure de football

Inclure les utilisateurs qui correspondent à au moins un des éléments suivants

Segments personnalisés

Utilisateurs, selon l'activité de recherche, les app...

+ Nouveau segment

Vos données

Utilisateurs ayant déjà interagi avec votre entrep...

+ Nouveau segment

Centres d'intérêt et données démographiques détaillées

Utilisateurs, selon leurs intérêts, événements de vie ...

Exclure les utilisateurs qui correspondent à au moins un des éléments suivants

Exclusions

Excluez les personnes suivantes de cette audience

Restreindre l'audience aux personnes répondant aux critères suivants

Enregistrer

Annuler

Insights sur l'audience

Audience insights are based on the following locations and languages

Zones

Tous les pays

Saisissez ou sélectionnez une zone

Langues

Toutes les langues

Saisir ou sélectionner une langue

Éligible

Vous pouvez diffuser les annonces auprès de cette audience

Ajoutez des segments à l'audience pour obtenir plus d'insights

Activer Windows

Accédez aux paramètres pour activer Windows.

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

Sélectionnez un type de campagne

Search

Get in front of high-intent customers at the right time on Google Search

Performance Max

Reach audiences across all of Google with a single campaign. Fonctionnement

Display

Reach customers across 3 million sites and apps with engaging creative

Shopping

Showcase your products to shoppers as they explore what to buy

Video

Reach viewers on YouTube and get conversions

App

Drive downloads and grow engagement for your app

Smart

Reach customers with a one-stop solution built for small businesses

Discovery

Run ads on YouTube, Gmail, Discover, and more