



#AteliersNumériques

Google Ateliers Numériques

Comprendre et faire de la
publicité en ligne

Quizz





*Avez-vous bien tout retenu ?
Nous allons voir cela !*



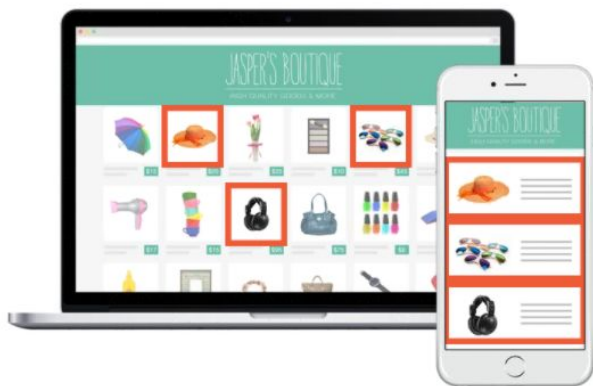


*Le re-marketing ne s'adresse qu'aux
personnes ayant déjà visité le site*

1. *Vrai*
2. *Faux*



Retargeting



Toucher les personnes ayant vu un
produits spécifiques sur votre site /
applications mobiles



Mettez en avant ces produits sur
Facebook, Instagram et le réseau
d'audience

ATTENTION : cibler les personnes qui sont déjà venues sur votre site



Il est conseillé d'utiliser sur YouTube la même vidéo que celle de ma campagne TV

1. *Vrai*
2. *Faux*



Comment raconter votre histoire



Changez la façon de raconter l'histoire

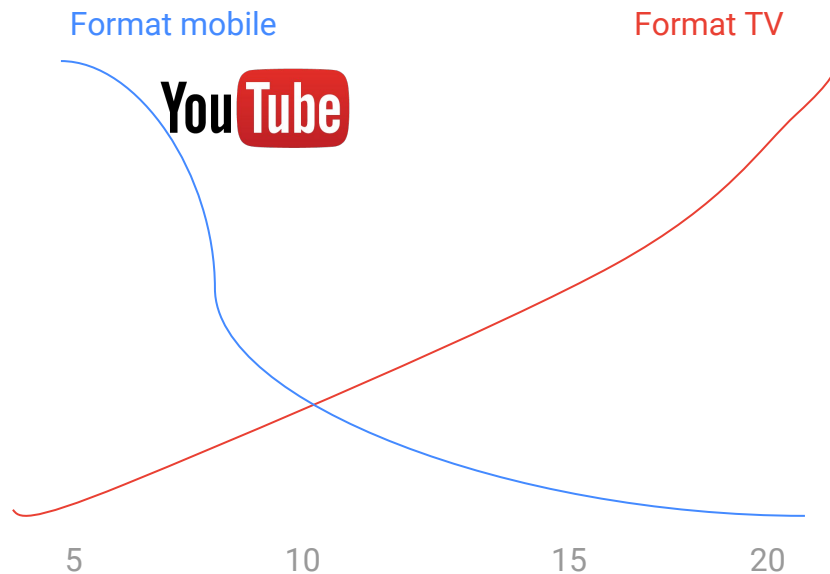
15-20 secondes

5 secondes avec message phare

Logo toujours présent

Marque affichée dès le début

Sous-titres





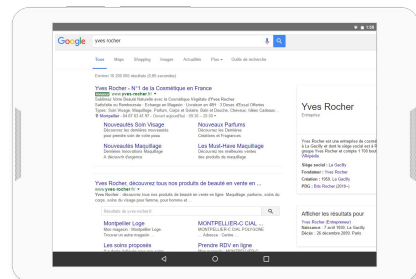
Comment est calculé le CPM d'une campagne display ?

1. *En fonction des clics*
2. *En fonction des ventes*
3. *En fonction des impressions*



Budget et modèle économique

Campagne liens sponsorisés pour Yves Rocher



10 000 €

Campagne TV Fortuneo



+ 1M €

Campagne E-mailing Carrefour



6 000 €

Plusieurs modèles pour plusieurs objectifs

- **CPC** : Coût par clic
par exemple 0,20 € par clic
- **CPM** : Coût par mille
(par 1000 vues)
par exemple 3 € par mille vues
- **CPA** : Coût par action (une action peut être une impression, un clic, un envoi de formulaire ou une vente)
- **CPL** : Coût par Lead
- **CPV** : Coût par vue terminée
(sur une base de 10 ou 30 secondes pour les vidéos)



*Quelque soit mon objectif, je dois faire de la
publicité sur les réseaux sociaux*

1. *Vrai*
2. *Faux*



Quel levier pour quel objectif ?

	Social	Référencement naturel	Liens sponsorisés	Affiliation	Display	Messaging
Augmenter les ventes de vos produits et services	X	X	X	X	X	X
Augmenter le trafic vers votre site	X	X	X	X	X	X
Augmenter le trafic vers vos points de vente physiques	X	X	X			X
Acquérir de nouveaux profils	X	X	X	X	X	
Fidéliser vos clients	X		X		X	X
Améliorer la notoriété de votre marque	X	X	X	X	X	
Favoriser l'engagement pour votre marque	X			X	X	X

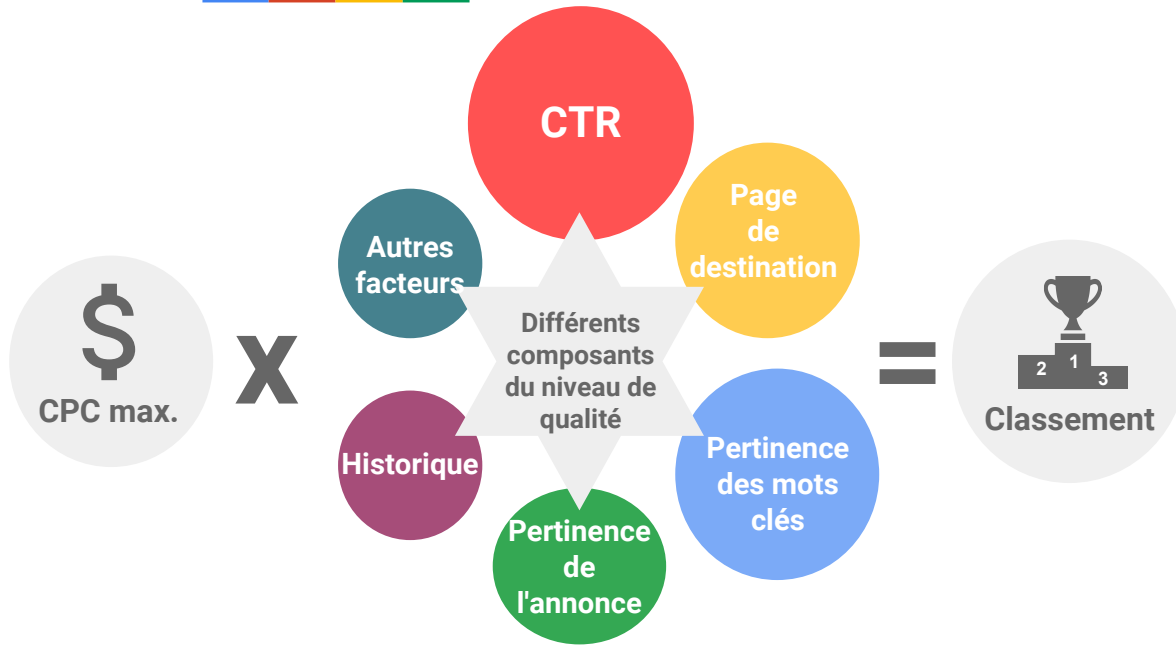


*De quels paramètres dépend le classement
d'une annonce sur les moteurs de
recherche ?*

1. L'enchère
2. Le quality score
3. La notoriété de la marque
4. Le prix de vos produits



Comment fonctionne le classement des annonces ?



Le **niveau de qualité** est la valeur utilisée par Google pour noter les annonces.

Il tient compte des critères suivants :

- **Pertinence de l'annonce**
- **Pertinence de la page de destination**
- **Taux de clics**

Un niveau de qualité élevé tend à améliorer le classement et à réduire le coût par clic.

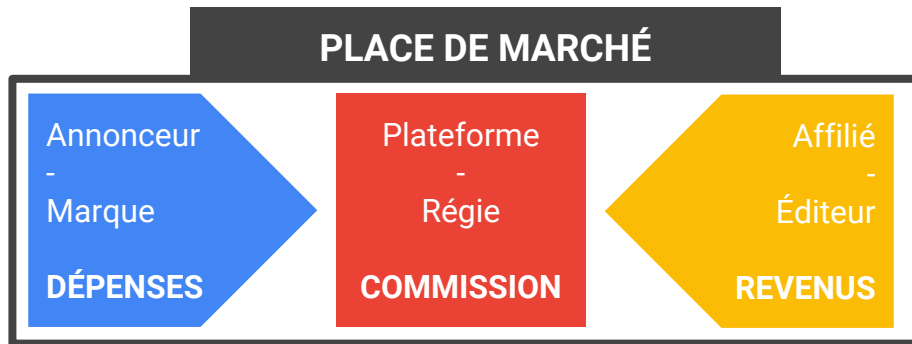


*Qui dépense de l'argent pour sa publicité
dans un réseau d'affiliation ?*

1. L'annonceur
2. La plateforme d'affiliation
3. L'affilié



Programmes d'affiliation



1. L'affilié fait la promotion du site
2. Il suit les clics qui amènent les utilisateurs sur le site
3. Les ventes provenant de ces clics sont suivies
4. L'affilié reçoit une commission



Comment éviter que les mails envoyés se retrouvent dans les spams ?

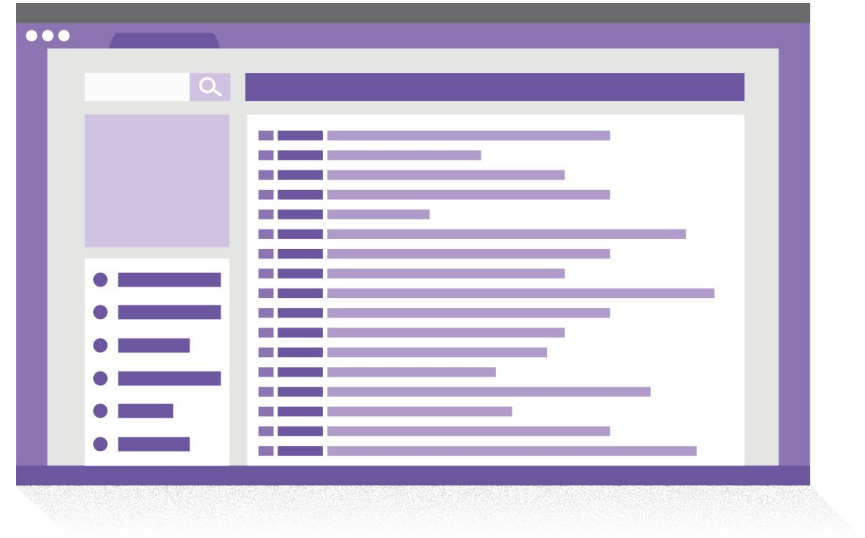
1. *Afficher en nom d'expéditeur le nom d'une entreprise*
2. *Ne pas utiliser beaucoup de signes de ponctuation*
3. *Ecrire un objet très long*



Comment assurer l'efficacité d'un e-mail?



- Définir un **objet** clair et instructif
- Afficher un **nom d'expéditeur** clair
- Éviter les MAJUSCULES et les points d'exclamation !!!
- **Personnaliser** au maximum le contenu
- Rester **concis**
- Encourager le lecteur à **agir**
- Utiliser des **landing pages dédiées**, optimisées pour la conversion





A quel moment une marque paye ses publicités sur un moteur de recherche ?

1. *Au clic sur l'annonce*
2. *A l'affichage de l'annonce*
3. *Au moment de la vente sur le site*



Les avantages du SEA



- Vous ne payez que les clics
- Vous obtenez un trafic de qualité
- Vous êtes mis en avant sur les moteurs de recherche
- Vous ciblez les personnes qui recherchent des informations spécifiques à un moment donné
- Votre annonce apparaît exactement comme vous le souhaitez
- Vous pouvez suivre votre investissement et optimiser votre ROI
- Vous pouvez diffuser instantanément un message sans attendre l'amélioration de votre classement



*Au bout de combien de temps paye-t-on
une publicité sur YouTube ?*

1. 10 secondes
2. 30 secondes
3. ça dépend



YouTube





*Quelle est la force du réseau Facebook
pour les publicités ?*

1. *Les ciblages*
2. *Les formats*
3. *La taille des audiences*
4. *Toutes les réponses ci-dessus*





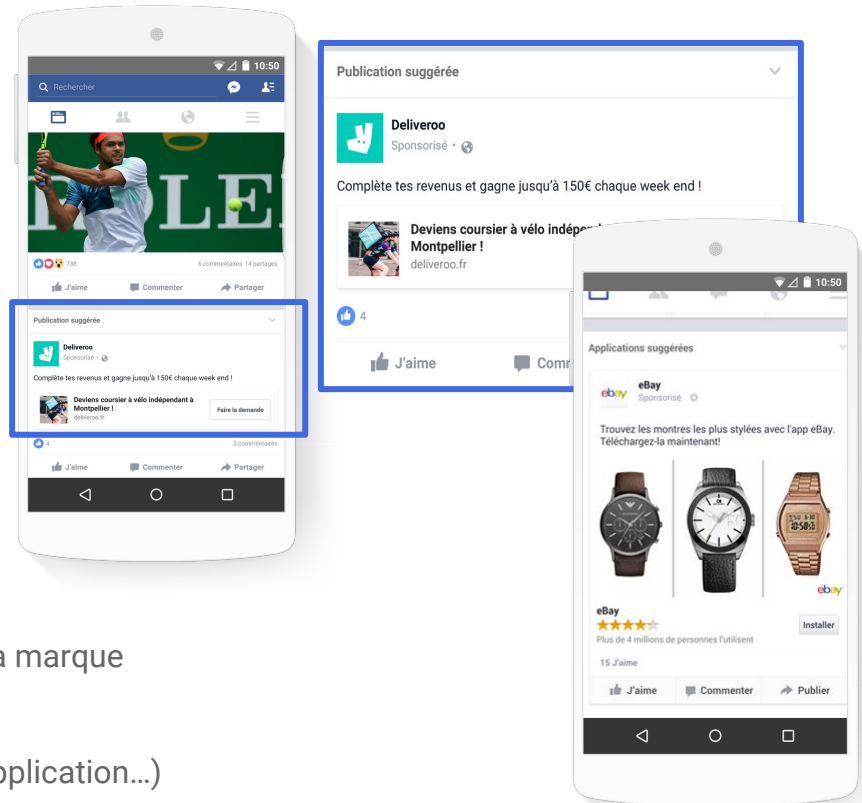
Le business model de Facebook est basé sur la **publicité**.

Avantages

- 1^{er} réseau social avec + 2 milliard d'utilisateurs actifs chaque mois
- Multi-supports (photo, vidéo, textes, liens...)
- Ultra ciblage (Lieux, données démographiques, centres d'intérêt, comportements d'achats,...)

Objectifs marketing

- Augmenter la notoriété, fédérer une communauté autour de la marque
- Générer du trafic vers le site ou les magasins
- Générer des leads (achats via la marketplace, installation d'application...)
- Collecter de nouveaux profils



Congratulations

