

### **Exercice 1 :**

#### **1- Définir ce qu'est le SEA.**

Le SEA ou « Search Engine Advertising » est un mode de référencement payant par le biais des publicités sur les réseaux sociaux ou les sites internet. C'est une discipline proche de l'optimisation pour les moteurs de recherches.

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

Il y a les plateformes publicitaires : **search** ou **réseau de recherche Google** et le **réseau display**. Il y a aussi les campagnes **Google Ads** : **Google Shopping**, les **publicités YouTube** et le **Remarketing**.

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

- Le réseau de recherche de Google regroupe les sites Web et les applications liés aux recherches sur lesquels les annonces peuvent être diffusées.
- Le réseau display permet d'atteindre les utilisateurs qui parcourent les millions de sites ou applications appartenant à Google qu'importe l'endroit où ils sont.
- Google Shopping utilise un annuaire de produits des e-boutiques clients de Google pour comparer leurs prix.
- Les publicités YouTube aident une marque à se populariser, à augmenter ses ventes par conversion YouTube ou pour fidéliser ses clients.
- Le Remarketing permet à une entreprise d'augmenter ses ventes, c'est une technique publicitaire qui permet de fidéliser des visiteurs qui connaissent déjà le site lorsqu'ils font des recherches sur internet.

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

Le SEO et le SEA ont le même objectif, celui de créer une visibilité et de générer un trafic pour un site. Mais ils diffèrent sur certains points :

- Le SEA produit des résultats dès le lancement de la campagne tandis qu'il prend nettement plus de temps avec le SEO.
- Les effets du SEO durent longtemps même si on y met moins de ressources alors que ceux du SEA sont limités ce qui est idéal pour des offres saisonnières ou un lancement de produit.
- Le SEO renforce la popularité de la marque et la confiance des utilisateurs.
- Le SEA permet d'avoir des annonces vers des cibles spécifiques moyennant un budget alors que le SEO permet de générer du trafic gratuitement ou au moins au prix le plus bas.

### **Exercice 2 :**

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

Un compte Google Ads est une structure en forme d'entonnoir, la campagne englobe le tout, puis on va de plus en plus dans le détail jusqu'à l'annonce finale. Il est structuré en plusieurs niveaux, qui sont :

- **Le compte** qui doit être associé à une adresse e-mail, un mot de passe et des informations bancaires uniques.

- **Les campagnes** qui disposent de leur propre budget et leurs propres paramètres qui déterminent les emplacements de diffusion des annonces. Ils sont souvent utilisés pour organiser les catégories de produits ou de services que l'on propose.
- **Les groupes d'annonces** qui contiennent un ensemble d'annonces similaires et de mots clés associés. On utilise les groupes d'annonces pour classer les annonces selon un thème commun et en fonction des types de produits ou de services proposés.
- **Les mots clés** correspondent aux mots-clés achetés pour se positionner dans les résultats de recherche sélectionnés au moment de la création de la campagne et apparaissent dans l'onglet mots-clés.
- **Les annonces** correspondent à ce qui est affiché dans les résultats de recherche.

## **2- Comment établir un bon ciblage ?**

Pour établir un bon ciblage, il faut se poser des questions telles que : quel est le type de services ou de marchandises à vendre, à qui est adressée l'annonce, quel réseau choisir...

## **3- Comment bien gérer son budget ?**

On gère son budget en définissant une stratégie d'entreprise et un plan marketing, en calculant les dépenses de marketing actuelles, en mesurant l'efficacité des dépenses, en optimisant les efforts grâce au renseignement via le plan de croissance et en faisant un suivi et une orientation pour apporter des ajustements si cela s'impose.

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

Le CPC ou Coût Par Clic est le coût dépensé pour chaque clic sur un lien, cela concerne les requêtes assez globales sans particularité comme les produits e-commerce.

### **Exercice 3 :**

Vous êtes 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/](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.**

Mots-clés	Recherche mensuel	CPC
Sport	1k-10k	0,01€-0,24€
Foot	1k-10k	0,16€-1,96€
Tennis Roland Garros	100-1k	0,06€-0,7€
Mondial 2022	100-1k	0,01€-0,8€
Coupe du monde	100-1k	0,01€-0,34€
Musculation	100-1k	0,06€-0,39€
Yoga	100-1k	0,02€-0,17€
Kundalini	10-100	0,14€-0,55€
Yoga débutant	10-100	0,04€-0,34€
Pilâtes	100-1k	0,04€-0,25€

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

**Exercice 4 :**

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

Le réseau shopping est un espace de comparaison de prix des produits des e-commerçant clients de Google. Il permet de lister des produits avant les résultats de recherche en fonction des mots-clés que l'internaute tape. Google Product Search est son ancêtre, il a été créé en 2006 et était gratuit. Le réseau shopping consiste à l'achat de mots clés et de spécificités pour un positionnement prioritaire.

**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 ?**

D'abord, on demande à Google de scanner le titre de la page produit et la description de la contenu du produit, ou bien de scanner la balise title et la meta description dans le code ce qui est recommandé.

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

Tout d'abord :

- Il faut s'assurer que le compte dispose de campagnes, des groupes d'annonces distincts dedans et des enchères adaptées et cohérentes avec les mots-clés ciblés.
- Il faut s'assurer que les mots-clés ciblés soient cohérents et qu'ils rapportent de l'argent. Sinon, il faut les changer.
- Bien définir les enchères, vérifie si le CPC est au bon montant. L'étude de la concurrence et des CPC est primordiale pour ne pas dépenser tout le budget trop rapidement.
- Optimiser les publicités, les annonces.
- Ajuster l'enchère, opérer des changements afin de profiter au maximum d'un mot-clé qui marche. On augmente le budget d'un mot-clé s'il présente de bons résultats.

**Exercice 5 :**

**1- En quoi consiste le réseau Display ?**

Le réseau Display consiste à un ciblage par des publicités en vidéos, photos et mots clés en dehors des moteurs de recherches mais plutôt dans les sites internet.

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

On utilise plus souvent du retargeting car cela permet de relancer le prospect afin de le convaincre de se fidéliser.

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

Les différents ciblages possibles sont :

- Le ciblage par placement qui permet de choisir soi-même les sites web, applications ou vidéos YouTube où l'on souhaite voir apparaître les publicités.
  - Le ciblage par thème, qui place les publicités sur des sites qui traitent d'un thème en particulier.
  - Le ciblage par intérêt qui analyse le comportement de navigation des visiteurs et surtout leurs intérêts autour de ce qu'un visiteur aime.
- 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.**

**Exercice 6 :**

**1- Où apparaissent les vidéos sur le réseau YouTube ?**

Elles apparaissent avant le visionnage de la vidéo choisit par l'internaute, elle ne dure pas longtemps et les cinq premières secondes sont censées inciter l'internaute de continuer à visionner la vidéo.

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

Elle dure généralement 5 secondes.

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

Etablir une problématique impactant et directe de sorte à attirer l'attention des internautes. Puis, on donne la solution.

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

**Exercice 7 :**

**1- Qu'est-ce que le retargeting ?**

Le retargeting est une publicité Display, c'est est une technique qui permet de cibler des personnes ayant déjà montré un intérêt pour une marque soit en ayant cliqué sur leur annonce soit en ayant déjà visité le site web.

**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.