

Programme D-CLIC

Module : SEA

Projet 1 - Introduction au SEA

Durée de l'exercice : Tout au long du programme

Du 20/05/2022 au 16/07/2022

Heure limite du dépôt : 16/07/2022 à 18H00

I - Introduction

Repository Name : SAYNA-SEA-PROJET1-052022

La totalité de vos fichiers, qu'importe le format, doivent être inclus dans votre livraison dépôt Github.

II - Objectif

A la suite des cours vous devriez être capable de comprendre ce qu'est le SEA ainsi que les enjeux.

Vous devez maîtriser les bases de chaque réseau et être capable de lancer une campagne sur chacun d'eux.

III - Consignes

Pour réaliser ces activités, vous pouvez utiliser un éditeur de texte de votre choix (Word, Google Doc ou autres) et copier les éléments dont vous aurez besoin dans votre document.

Avec ce genre d'activité, le format du rendu du document à préconiser est le PDF. Pensez donc à changer le format de votre document.

Le rendu des activités se fera sur Github (comme pour les projets précédents) en respectant impérativement la nomenclature suivante et en utilisant qu'un seul dépôt :

SAYNA-SEA-PROJET1-052022

⚠ Si la nomenclature n'est pas respectée, le projet ne sera pas pris en compte lors de la correction et l'évaluation ⚠

⚠ Pensez à mettre votre dépôt en "Public". Le projet ne sera pas corrigé si le dépôt se trouve en "Privé" ⚠

IV - Réponse

IV.1 - Exercice 1 :

1- Définition de 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.

2- Les différents réseaux qu'il est possible de cibler grâce à Google Ads sont :

- Le réseau Shopping
- Le réseau Display
- Réseau YouTube

3- les spécificités de chaque réseau sont :

- **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- Les différences entre le SEO et le SEA.

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.

IV.2 - Exercice 2 :

1- La structure d'un compte Google Ads se constitue de 3 parties :

La campagne (au plus haut niveau), Le groupe d'annonces (niveau intermédiaire), Et les mots-clés et annonces.

2-Pour établir un bon ciblage :

-Utilisez un logiciel SaaS pour récolter les données sur les consommateurs. Pour faire un bon ciblage marketing, vous devez avant tout définir le contexte. ...

-Identifiez les critères psychologiques. Une fois que vous avez toutes les données client à votre disposition, il faudra s'en servir afin de faire ressortir les critères psychologiques.

-Analysez la concurrence. Pour faire un bon ciblage marketing, il faut également prendre le temps d'analyser la concurrence. ...

-L'élaboration du customer persona. Faire un bon ciblage marketing, c'est aussi définir un customer persona ou buyer persona. ...

3- Pour bien gérer son budget il faut Définir des objectifs, Définir un budget prévisionnel, suivre ses comptes au quotidien, Payer ses dépenses variables en espèces

4- le CPC signifie “coût par clic”. Il s’agit d’une mesure qui vous indique combien vous payez pour chaque clic dans une campagne de publicité numérique. Cela fournit un niveau de détail supplémentaire à votre stratégie de marketing qui vous indique plus que le simple coût total de la campagne publicitaire.

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.

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- le réseau Shopping et à qui est-il adressé

Le shopping est une activité de sélection et d'achat. Dans certains contextes, il est aussi considéré comme une activité de loisir. Le réseau Shopping s'adresse aux sites e-commerce.

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 ?

4- Comment optimiser une campagne Shopping ?

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