

## **Module : Découvrir le SEA**

### **Projet 5 - Introduction au SEA**

#### **SAYNA-SEA-PROJET5**

---

##### **IV.1 - Exercice 1**

###### **1- Définir ce qu'est le SEA.**

Le SEA signifie Search Engine Advertising. Cela représente la publicité payante sur les moteurs de recherche

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

Les différents réseaux sont : le réseau search, le réseau display, le réseau YouTube, et le réseau Shopping.

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

Le réseau Search correspondant aux pages de résultat de recherche. Sur Google, les résultats provenant de campagnes SEA sont affichées avec une petite étiquette « annonce » à côté du lien.

Le réseau Shopping apparaît sous forme de bande avec différents produits en relation avec la requête.

Le réseau Display permet d'afficher des annonces à des endroits très précis sur certains sites.

Le réseau YouTube permet d'afficher une publicité avant une vidéo YouTube. Lorsqu'un internaute lancera une vidéo YouTube, votre publicité lui sera proposée.

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

À la différence du SEO qui permet de référencer un site de manière naturelle et gratuite, le SEA est payant. À l'inverse du SEO qui demande de se placer sur des requêtes en rédigeant du contenu et d'attendre que les robots analysent le texte et l'associent au mot-clé, le SEA permet

d'indiquer à Google les requêtes ciblées, de lier ces requêtes à une page, et d'attribuer un budget quotidien à dépenser afin d'apparaître immédiatement tout en haut des pages de résultat

## **IV.2 - Exercice 2**

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

Un compte Google Ads est structuré sous forme de poupées russes ou d'entonnoir car la campagne englobe le tout, puis on va de plus en plus dans le détail jusqu'à l'annonce finale.

Campagne > Groupe d'annonce > Mots-clés > Annonces

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

Pour établir un bon ciblage, il est important de se poser des questions en rapport avec celui-ci :

- *Quel type de produit ou de service, je vends ?*

Il faut absolument définir son offre afin de ne pas se tromper sur la cible et sur l'offre, car selon les produits ou les services, la stratégie à mettre en place n'est pas la même.

- *Quelle est mon audience ?*

La réponse est donnée grâce à la définition de l'offre. Si je vends des voitures, je m'adresse en priorité aux personnes ayant le permis car l'offre leur convient parfaitement. Cela permettra de définir un avatar client afin d'identifier les besoins et d'adapter le discours aux problèmes rencontrés par les prospects.

- *Quel réseau choisir ?*

Chaque réseau a ses spécificités et est adapté à un ou plusieurs stratégies qui lui sont propres. Par exemple, Google Shopping est utilisé exclusivement par des sites e-commerce qui vendent des produits. Il n'y a pas de prestataires de service qui utilisent Google Shopping.

### 3- Comment bien gérer son budget ?

Le budget sur Google Ads se détermine par un montant journalier que la campagne peut dépenser. Il faut donc établir un budget quotidien que Google dépensera tout au long de la journée. Le testing est primordial car il permet à l'algorithme de Google d'assimiler les données nécessaires afin d'optimiser la campagne par la suite.


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


Les CPC sont les coûts par clic par réseau.

Chaque réseau possède une « économie » qui lui est propre et les CPC, coût que vous dépenserez pour chaque clic sur votre lien, varient selon le réseau choisi.

## **IV.3 - Exercice 3**

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

+ 1 autre Ajouter un filtre 3 115 idées de mots clés disponibles

Affichage des mots clés ▼

Colonnes

<input type="checkbox"/>	Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Variation sur trois mois	Variation YoY	Concurrence	d'im des ;
<input type="checkbox"/>	match coupe...	1 k – 10 k	0 %	+ ∞	Faible	
<input type="checkbox"/>	resultat ligue 1	100 – 1 k	-99 %	0 %	Faible	
<input type="checkbox"/>	coupe du mo...	1 k – 10 k	0 %	0 %	Faible	
<input type="checkbox"/>	match aujour...	1 k – 10 k	-90 %	-90 %	Faible	

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

Football	USD	5000
Coupe du monde 2022	USD	50000
Match en direct	USD	5000
Maillot foot	USD	5000
Classement ligue 1	USD	5000
Foot	USD	5000
Chaussures	USD	5000
Nike Cristiano Ronaldo	USD	5000
Nike	USD	50000
Ballon de foot	USD	5000

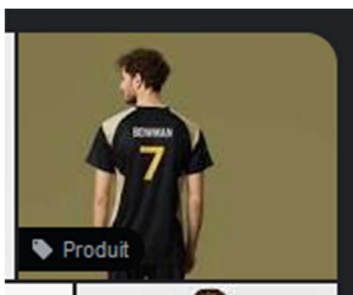
3- Tapez ces mots-clés dans la barre de recherche Google et essayez de trouver des annonces Search. Identifiez au moins 3 concurrents potentiels.

#### **IV.4 - Exercice 4**

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

Le réseau Shopping qui apparaît sous forme de bande avec différents produits en relation avec la requête. Il est adressé à des sites e-commerce qui vendent des produits. Il n'y a pas de prestataires de service qui utilisent Google Shopping.

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 détermine automatiquement les mots-clés pertinents sur lesquels diffuser les annonces en utilisant les informations définies dans le flux produit sur Google Merchant Center. Il utilise ensuite ces informations pour afficher automatiquement les annonces sur les requêtes de recherches qualifiées.

### 4- Comment optimiser une campagne Shopping ?

Pour optimiser une campagne shopping, il faut :

- Séparer les campagnes Google Shopping Marque et Hors-Marque
- Utiliser les groupes d'annonces et ensembles de produits pour segmenter vos produits au sein des campagnes Google Shopping
- Vérifier régulièrement les erreurs sur Google Merchant Center
- Tester des stratégies d'enchères automatiques comme le ROAS ou le CPA cible
- Travailler les pages produits avec soin
- Optimiser les données de votre flux produits

## **IV.5 - Exercice 5**

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

Le réseau Display permet d'afficher des annonces à des endroits très précis sur certains sites. Le réseau Display est utilisé pour afficher des publicités en dehors des moteurs de recherche, très souvent sur des sites internet.

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

L'usage le plus fréquent est le retargeting car le but des campagnes est surtout un but de notoriété mais pas de vendre comme sur Google Shopping ou du Search.

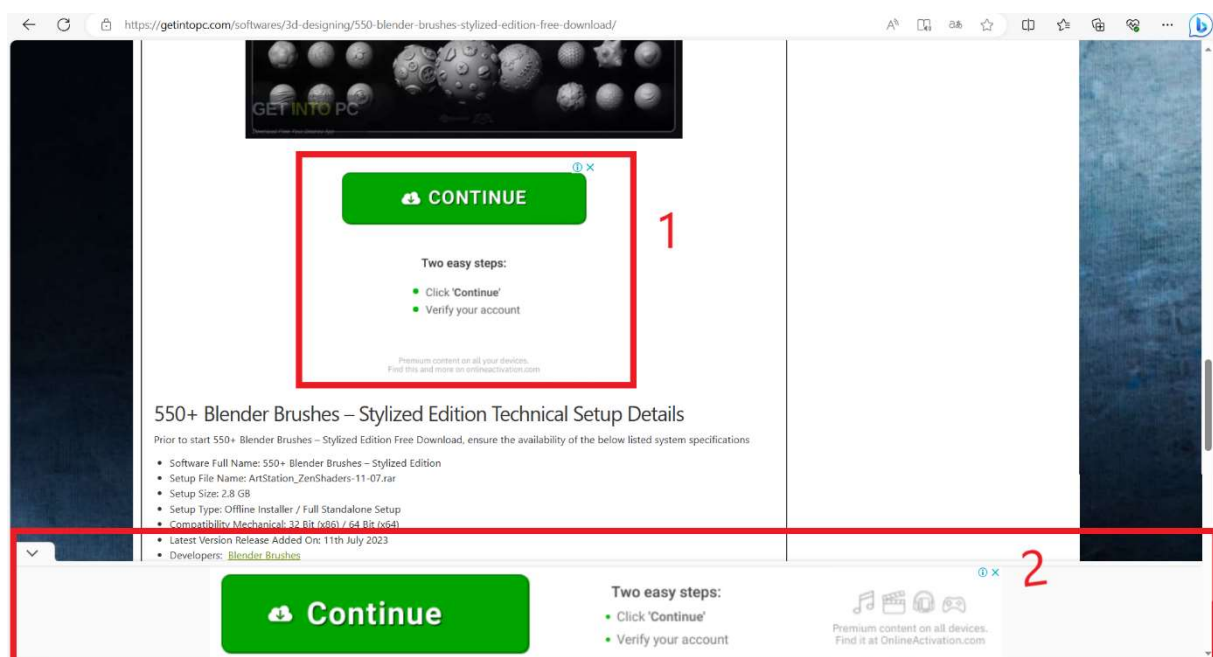
## 3- Quels sont les différents ciblage possibles ? Quelles sont leurs différences et leurs particularités ?

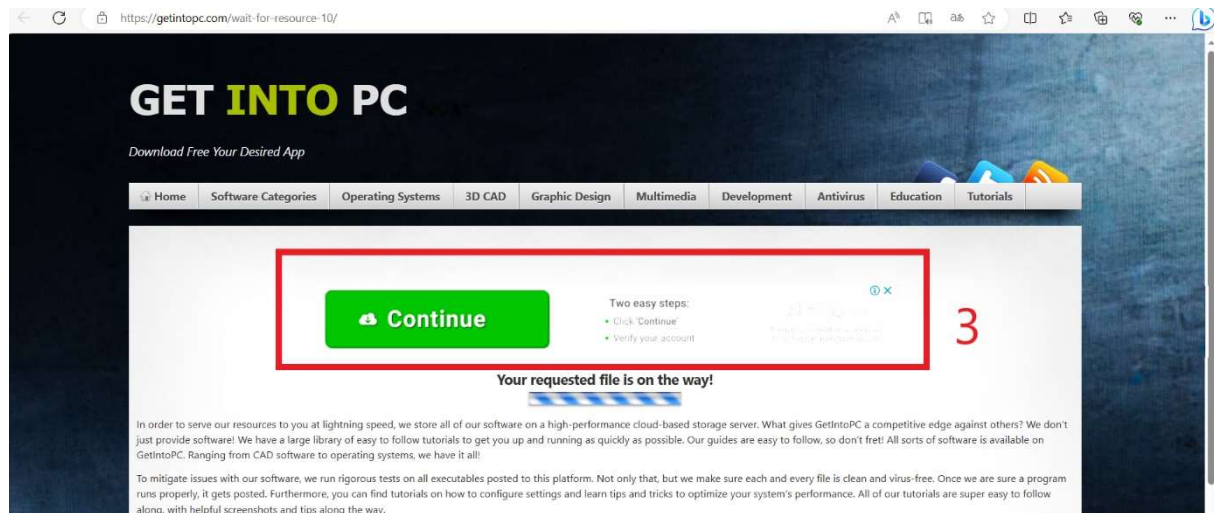
Il y a deux types de ciblage : par mot clé et géographique.

Le ciblage géographique permet de n'afficher des annonces que sur des zones bien définies (pays, région, département, ville, quartier, zone...). Ceci est particulièrement utilisé pour la publicité des entreprises locales.

Le mot-clé exact est le ciblage le plus précis proposé par Google Ads et permet d'afficher l'annonce si et seulement si les mots-clés choisis sont tapés dans la requête de l'internaute.

## 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 de publicité apparaissent avant une vidéo Youtube. Lorsqu'un internaute lancera une vidéo Youtube, votre publicité lui sera proposée.

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

5 secondes

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

Les principes d'un bon script de vente sont :

- Capter l'attention
- Présenter un problème
- La promesse
- Call to action

### **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 est une technique permettant de cibler des personnes ayant déjà montré un intérêt pour votre marque, soit en ayant cliqué sur l'annonce, mais en ne convertissant pas, soit en ayant déjà visité votre site web, etc. Cela permet de relancer le prospect afin de le convaincre.

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

**Gestion des audiences**

**Vos segments de données** | Audiences | Segments personnalisés | Segments combinés | Vos insights | Vos sources de données | Paramètres

**Les segments similaires vont disparaître**  
Les segments similaires seront complètement supprimés de Google Ads le 1er août 2023. Le 1er août 2023, le ciblage optimisé et l'élargissement de l'audience seront automatiquement activés pour les groupes d'annonces et les campagnes qui utilisent encore des segments similaires. [En savoir plus sur ce changement](#)

Ajouter un filtre

Nom du segment	Type	État d'appartenance	Réseau de Rech	Taille : YouTube	Taille : Réseau Display	Taille : campagne Gmail
Non utilisée						
<input type="checkbox"/> Segment TEST Sayna	Visiteurs du site Web Basée sur les règles	Ouvert	0 Liste trop petite pour diffuser des annonces	0 Liste trop petite pour diffuser des annonces	0 Liste trop petite pour diffuser des annonces	0 Liste trop petite pour diffuser des annonces

1 à 1 sur 1

Les informations indiquées dans les rapports ne sont pas fournies en temps réel. Fuseau horaire utilisé pour toutes les dates et heures : (UTC+03:00) heure normale d'Afrique de l'Est. [En savoir plus](#)  
Certains inventaires peuvent être disponibles via des intermédiaires tiers.  
Pour les métriques concernées, l'accréditation du Media Rating Council (MRC) est indiquée dans l'info-bulle de l'en-tête de la colonne.  
© Google, 2023.

**Gestion des audiences**

**Vos segments de données** | Audiences | Segments personnalisés | Segments combinés | Vos insights | Vos sources de données | Paramètres

**Les segments similaires vont disparaître**  
Les segments similaires seront complètement supprimés de Google Ads le 1er août 2023. Le 1er août 2023, le ciblage optimisé et l'élargissement de l'audience seront automatiquement activés pour les groupes d'annonces et les campagnes qui utilisent encore des segments similaires. [En savoir plus sur ce changement](#)

Ajouter un filtre

- + Visiteurs du site Web
- + Utilisateurs d'applications
- + Utilisateurs de YouTube
- + Liste des clients
- + Combinaison personnalisée

Nom du segment	Type	État d'appartenance	Réseau de Rech	Taille : YouTube	Taille : Réseau Display	Taille : campagne Gmail
Non utilisée						
<input type="checkbox"/> Segment TEST Sayna	Visiteurs du site Web Basée sur les règles	Ouvert	0 Liste trop petite pour diffuser des annonces	0 Liste trop petite pour diffuser des annonces	0 Liste trop petite pour diffuser des annonces	0 Liste trop petite pour diffuser des annonces

1 à 1 sur 1

Les informations indiquées dans les rapports ne sont pas fournies en temps réel. Fuseau horaire utilisé pour toutes les dates et heures : (UTC+03:00) heure normale d'Afrique de l'Est. [En savoir plus](#)  
Certains inventaires peuvent être disponibles via des intermédiaires tiers.  
Pour les métriques concernées, l'accréditation du Media Rating Council (MRC) est indiquée dans l'info-bulle de l'en-tête de la colonne.  
© Google, 2023.



**Nouveau segment d'audience :** vis

Apparence Aide Notifications

Visiteurs des pages Web

**Actions**

Inclure les utilisateurs qui ont effectué les actions suivantes

Action

Visite de la page Web au cours des 30 derniers jours [Affiner l'action](#)

[Ajouter une action \(OU\)](#) [Ajouter une action \(ET\)](#)

Exclure les utilisateurs qui ont effectué les actions suivantes

[Ajouter une action](#)

Options de préremplissage: Préremplir le segment avec les utilisateurs des 30 derniers jours

Description: Ajouter une description du segment (facultatif)

Vos segments de données doivent respecter les [Règles en matière de publicité personnalisée](#) et les [Règles de Google relatives au consentement de l'utilisateur dans l'UE](#).

[Créer un segment](#) [Annuler](#)

© Google, 2023.

**Google Ads**

Apparence Actualis... Aide Notifications

**Planification** **Bibliothèque partagée** **Gestion des audiences**

Créer Campagn... Objectifs Outils Facturati... Admin

Listes d'exclusion Listes de marques Bibliothèque d'assets Groupes de zones géographiques Conformité du contenu Balise Google Dépannage Actions groupées Budgets et enchères Données d'entreprise

**Les segments similaires vont disparaître** Ignorer

Les segments similaires seront complètement supprimés de Google Ads le 1er août 2023. Le 1er août 2023, le ciblage optimisé et l'élargissement de l'audience seront automatiquement activés pour les groupes d'annonces et les campagnes qui utilisent encore des segments similaires. [En savoir plus sur ce changement](#)

**Ajouter un filtre** Segments activés

Nom du segment	Type	État d'appartenance	Réseau de Rech	Taille : YouTube	Taille : Réseau Display	Taille : campagne Gmail
Non utilisée						
<input type="checkbox"/> Segment TEST Sayna	Visiteurs du site Web Basée sur les règles	Ouvert	Liste trop petite pour diffuser des annonces	Liste trop petite pour diffuser des annonces	Liste trop petite pour diffuser des annonces	Liste trop petite pour diffuser des annonces
<input type="checkbox"/> SAYNA Exo 7	Visiteurs du site Web Basée sur les règles	Ouvert	Ajout de membres...	Ajout de membres...	Ajout de membres...	Ajout de membres...

1 à 2 sur 2

[Les informations indiquées dans les rapports ne sont pas fournies en temps réel.](#) Fuseau horaire utilisé pour toutes les dates et heures : (UTC+03:00) heure normale d'Afrique de l'Est. [En savoir plus](#)

Certains inventaires peuvent être disponibles via des intermédiaires tiers. Pour les métriques concernées, l'accréditation du Media Rating Council (MRC) est indiquée dans l'info-bulle de l'en-tête de la colonne.

© Google, 2023.

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

Google Ads

Rechercher une page ou une campagne

ApparenceActualis...AideNotifications

Créer

Campagn...

Objectifs

Outils

Facturat...

Admin

Vue d'ensemble

Insights et rapports

Campagnes

Audiences, mots clés et contenu

Historique des modifications

Vue (2 filtres)

Toutes les campagnes

Campagne (0)

Sélectionnez une campagne

Filtres

État de la campagne : Activée, en veille

État du groupe d'annonces : Activé, en veille

Ajouter un filtre

Enregistrer

Vue d'ensemble

Personnalisée

29 - 31 août 2023

Afficher les 30 derniers jours

Commentai...


+ Nouvelle campagne

Commençons par créer une campagne et des groupes d'annonces pour votre entreprise.

Une campagne correspond à un ensemble de groupes d'annonces associés. Elle vous permet d'organiser les catégories de produits ou de services que vous proposez. [En savoir plus](#)

+ Nouvelle campagne

Ad



Téléchargez l'application mobile Google Ads

Les informations indiquées dans les rapports ne sont pas fournies en temps réel. Fuseau horaire utilisé pour toutes les dates et heures : (UTC+03:00) heure normale d'Afrique de l'Est. [En savoir plus](#)

Certains inventaires peuvent être disponibles via des intermédiaires tiers.

Pour les métriques concernées, l'accréditation du Media Rating Council (MRC) est indiquée dans l'info-bulle de l'en-tête de la colonne.

© Google, 2023.


Google Ads

Gestion des audiences


Rechercher une page ou une campagne

ApparenceAideNotifications


Sélectionnez un type de campagne




**Recherche**  
Touchez les clients à fort potentiel au bon moment dans la recherche Google




**Performance Max**  
Touchez des audiences partout sur Google via une seule campagne. [Fonctionnement](#)




**Réseau Display**  
Touchez les clients sur trois millions de sites et d'applications grâce à des créations attrayantes



**Shopping**  
Présentez vos produits aux utilisateurs en quête de leur prochain achat



**Vidéo**  
Touchez les utilisateurs sur YouTube et enregistrez des conversions



**Discovery**  
Diffuser des annonces dans YouTube, Gmail, Discover et plus encore

Annuler

Continuer

[https://ads.google.com/aw/overview?ocid=1419347906&authuser=0&\\_u=1723168153&\\_c=2434313892](https://ads.google.com/aw/overview?ocid=1419347906&authuser=0&_u=1723168153&_c=2434313892)

Google Ads

Gestion des audiences

Rechercher une page ou une campagne

Apparence

Aide

Notifications

Plus de détails

Nom de la campagne

Sales-Display-1

Activer le suivi avancé des conversions pour votre compte

Le suivi avancé des conversions utilise les informations fournies par les clients sur votre site Web (par exemple, leur adresse e-mail) pour améliorer les mesures et optimiser votre campagne. Ce paramètre s'appliquera à toutes les conversions éligibles de votre compte. [En savoir plus sur le suivi avancé des conversions](#)

☒ Activer le suivi avancé des conversions

En cliquant sur "Accepter et continuer", vous confirmez que vous respectez les [Règles de Google](#). Vous demandez à Google de traiter vos données [comme indiqué ici](#). Les [Conditions relatives au traitement des données Google Ads](#) s'appliquent au suivi avancé des conversions.

Annuler

Accepter et continuer

[https://ads.google.com/aw/overview?ocid=1419347908&authuser=0&\\_u=1723168153&\\_c=2434313802](https://ads.google.com/aw/overview?ocid=1419347908&authuser=0&_u=1723168153&_c=2434313802)

Google Ads

Gestion des audiences

Rechercher une page ou une campagne

Apparence

Aide

Notifications

Display

Paramètres de la campagne

Zones

Langues

Budget et enchères

Ciblage

Annonces

Vérification

Paramètres de la campagne

Zones géographiques

Sélectionnez les zones géographiques à cibler

☒ Tous les pays et territoires

☐ Madagascar

☐ Choisir une autre zone géographique

Options de ciblage géographique

Langues

Sélectionnez les langues parlées par vos clients

Saisissez ou sélectionnez une langue

Français

Plus de paramètres

Suivant

Estimations hebdomadaires

Impressions disponibles

D'après votre ciblage et vos paramètres, et non votre budget ou votre enchère

Impressions

Plus de 10 Md

Estimation de vos performances

Pour afficher une estimation de vos performances, saisissez les paramètres suivants :

Budget

Laisser un commentaire

© Google, 2023.