**Cours**

0. Pourquoi le référencement

Référencement : action de travailler sa visibilité sur les moteurs de recherche

Permet de mettre en avant le site (très important)

1. Les 3 types de référencement

**SEO** (Search Engine Optimization) : référencement naturel

**SEA** (Search Engine Advertising) : référencement payant (liens sponsorisés)

**SMO** (Social Media Optimization) : Optimisation des médias/réseaux sociaux

**SEM** (Search Engin Maketing) = **SEO** + **SEA** + **SMO**

2. Google, l’indispensable

92% de parts de marché en France

65% aux États-Unis

Personnalisation des résultats : en fonction des recherches Google ajuste les résultats

Géolocalisation : exemple on cherche une pizza à Castres 🡪 résultats locaux

Google offre des résultats différents : Ads, Shopping, Google My Business, etc…

**SERP** : Search Engine Reasearch Page

Google n’est plus un moteur de recherche aujourd’hui mais un moteur de REPONSE : 50% des recherches sur Google ne donnent lieux à aucun clic (affichage de la réponse directement après l’avoir tapé dans la barre de recherche).

3. Google Ads

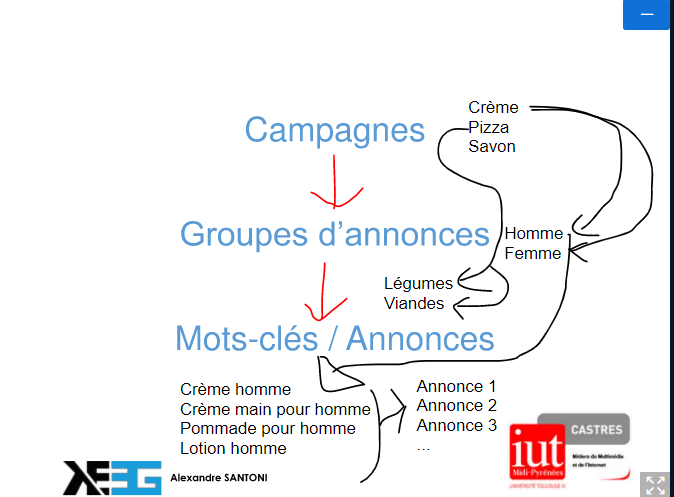
*Réseau de recherche* : permet d’avoir une annonce avec un titre, une description, etc… = annonce qui s’affiche sur le réseau de recherche

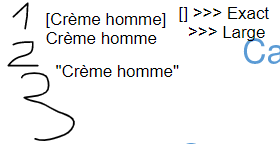
*Réseau Display* : toutes les annonces qui vont s’afficher sur d’autres sites internet

*Google Shopping* : des produits qui s’affichent avec une image, le nom du produit, le prix et le nom du vendeur

Dans une campagne il y a un ou plusieurs groupes d’annonces et des mots-clés avec annonces.

Exemple : un site qui vend des produits bio veut annoncer sur Google Ads :





**CPC** : Coût par clic, enchères

**CPA** : Coût par acquisition

4 annonces max sur Google Ads (le 5ieme apparait pas sur la page 🡪 prime à celui qui paye le plus)

*Quality Score* 🡪 plus il y a de rapport avec le lien cliquable et les produits sur le site plus le référencement pour les annonces du site sera meilleur.