

IV.1 - Exercice 1 :

1 /Définir ce qu'est le SEA.

Search engine optimization qui est la forme payante du SEO elle consiste à payer de la publicité sur Google Ads enfin d'avoir une meilleure position. Il faut souligner que nous avons plusieurs réseaux sur Google via lequel on peut faire de la publicité

Le réseau search

Le réseau display

Le réseau You Tube

Le réseau shopping

2/Quels sont les différents réseaux qu'il est possible de cibler grâce à Google Ads

Nous avons quatre types de réseaux :

Le réseau display

Il consiste à afficher de la publicité sur des sites internet tiers

Le réseau search

C'est le réseau par excellence des annonceurs car il est plus précis et génère plus de prospects chauds, au détriment des autres réseaux

Le réseau shopping

C'est un réseau qui est plus favorable au site de e-commerce. Elle permet de créer un encart avec les photos des articles

Le réseau YouTube

C'est un réseau qui n'est pas loin du réseau search elle permet de mettre de la publicité avant le début d'une vidéo avant que celle-ci ne commence

3/Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?

a. Le réseau display

Le réseau display permet d'afficher du contenu ou de la publicité sur des sites partenaires à Google

b. Le réseau search

Le réseau search permet d'afficher de la publicité dans la partie recherche de Google et permet d'être parmi les premiers résultats de recherche lorsque vous rentrez une requête dans l'omni box avec les mots clés précis que vous avez achetés

c. Le réseau shopping

Le réseau shopping est réservé aux sites de e-commerce où ils achètent de la publicité avec les photos des articles qu'ils vendent ces affiches apparaissent juste en bas du réseau search

d. Le réseau YouTube

Le réseau YouTube fonctionne un peu comme le réseau display. En effet il consiste à afficher de la publicité sur les vidéos, soit au début ou au milieu d'une vidéo

4/ Expliquer les différences entre le SEO et le SEA.

Le SEO : signifie search engine optimization qui consiste à faire du référencement naturel en créant du contenu adapté à vos lecteurs tout en respectant les règles établies par Google afin d'apparaître dans les premiers résultats de recherches sans avoir à payer de l'argent

Le SEA : signifie search engine optimization qui consiste à payer de l'argent pour faire de la publicité sur Google, cette fois-ci sans forcément respecter les règles établies par Google mais en proposant du contenu susceptible de plaire à votre cible

IV.2 - Exercice 2 :

1- Comment est structuré un compte Google Ads ?

Un compte Google est structuré en quatre parties : Campagne, groupe d'annonces, Mot-clé, annonces

2- Comment établir un bon ciblage ?

Pour établir un bon ciblage il faut se poser les questions suivantes

Quels types de produit ou de services je vends

Quel est mon audience

Quel réseau choisir

3- Comment bien gérer son budget ?

Il faut d'abord définir un budget pour toute la campagne, ensuite établir un budget quotidien que Google va dépenser et ensuite procéder à une phase de test. Aussi tenir compte des coûts par clic et des coûts par vue

4- Qu'est-ce que le CPC ?

Le CPC : signifie coût par clic

Coût par conversion

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/

- ✓ Legging sport
- ✓ Legging femme
- ✓ Legging fille
- ✓ Legging homme
- ✓ Legging push up

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

- ✓ Legging sport : 10 à 100 recherches mois coût de clic 0,59 euro
- ✓ Legging femme : inconnu
- ✓ Legging fille : inconnu
- ✓ Legging homme : inconnu
- ✓ Legging push up : 10 à 100 recherches mois coût par clic 0,14 euro
- ✓ Legging push : 10 à 100 recherches mois coût par clic 0,46 euro

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

- ✓ Amazone
- ✓ Cdiscount
- ✓ passiondulegging

IV.4 - Exercice 4 :

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

Le réseau shopping apparait sous forme de bande avec différent produit en lien en relation avec la requête. Il est destiné au E-commerce ou le site de vente en ligne

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.

Les concurrents listés plus haut sont aussi apparu en réseau shopping

- ✓ Amazone
- ✓ Cdiscount
- ✓ Passiondulegging

3- Comment Google identifie et liste un produit sur le réseau Shopping ?

Généralement ces affiches arrivent sous trois formats :

- ✓ En haut de la page des résultats de recherche
- ✓ Sur l'onglet shopping
- ✓ Ou bien à droite de la page des résultats

4- Comment optimiser une campagne Shopping ?

- ✓ Le nom du produit
- ✓ Une photo
- ✓ Une courte description
- ✓ Le prix du produit
- ✓ Le nom de l'annonceur

IV.5 - Exercice 5 :

1- En quoi consiste le réseau Display ?

Le réseau display permet d'affiche des annonces à des endroits bien précis d'un site

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

L'usage le plus fréquent est le retargeting et non l'acquisition car ce type de cible est une cible froide, donc il faut constamment les relancer

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

Le ciblage par mot clés : le ciblage par mots-clés sur le réseau display fonctionne grâce à un scan de Google du contenu d'une page web d'une application ou d'une vidéo qui permet de trouver une concordance entre les mots-clés achetés et le contenu de la page

Le ciblage par placement : un ciblage par placement consiste à choisir soi-même les sites où l'on souhaite voir apparaître les publicités

Le ciblage par thème ou sujet : le ciblage par thème permet de placer des publicités sur des sites qui traitent d'un thème en particulier

Le ciblage par intérêt : analyse le comportement de navigation des navigateurs et surtout leur intérêt

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 ?

Généralement ils apparaissent en bas à gauche de l'écran ou en haut à gauche de l'écran

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

Généralement il dure 5seconde

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.

Chose faite

IV.7 - Exercice 7 :

1- Qu'est-ce que le retargeting ?

Le retargeting consiste à relancer ou reproposé de la publicité à un client qui a déjà montrer un intérêt pour un produit soit en visitant le site de l'annonceur ou en faisant des recherches similaires sur un moteur de recherche

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

Ok compris

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

Ok compris