

# SAYNA-SEA-PROJET1-102022

## I - Exercice 1 :

1- Définir ce qu'est le SEA.

***Le SEA (Search Engine Advertising) qui signifie littéralement en français publicité sur les moteurs de recherche, représente la publicité payante. C'est la raison pour laquelle on l'appelle encore le référencement payant. (Le SEA permet de positionner votre site internet dans les premiers résultats des moteurs de recherche via un ensemble de pratiques payantes).***

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

Les différents réseaux qu'il est possible de cibler grâce à Google ADS sont :

- ***Le réseau Search***
- ***Le réseau Shopping***
- ***Le réseau Display***
- ***Le réseau Youtube***

3- Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?

- ***Le réseau Search correspond aux pages de résultats de recherche. Sur Google, les résultats provenant de campagne SEA sont affichés avec une petite étiquette « annonce » à côté du lien. Chaque annonce sponsorisée paye pour apparaître en haut des pages et est débitée d'un montant correspondant au prix du mot clé à chaque clic.***
- ***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.

Différences entre le SEO et SEA :

|                                      | <b>SEO</b>  | <b>SEA</b>   |
|--------------------------------------|---|--|
| <b>Temps passé</b>                   | Long. Mettre en place toutes les optimisations (plusieurs semaines/mois)                            | Court. Il suffit de créer une page et de lancer la campagne. Le temps passé par campagne varie selon la concurrence. |
| <b>Rapidité de positionnement</b> ou | Long. Il faut passer entre 2 et 6 mois pour voir des résultats vraiment concluants.                 | Très court. Le positionnement est quasi-immédiat.  |
| <b>Retour sur investissement</b> sur | Moyen et long terme. Le positionnement met du temps, mais l'entretien est plutôt simple et durable. | Court terme. Dès la fin de la campagne, vous disparaîsez des premières places.                                       |
| <b>Budget</b>                        | En théorie zéro euros. Il suffit simplement de passer du temps.                                     | Coûteux. Plus la concurrence est rude, plus le budget sera élevé.  |
| <b>Contenu</b>                       | Plus les contenus sont pertinents et fournis, mieux ils se positionneront durablement.              | Plus les contenus sont pertinents, plus cela réduira le budget des campagnes.  |

## **II - Exercice 2 :**

1- Comment est structuré un compte Google Ads ?

**Google Ads est organisé en trois niveaux : le niveau "compte", le niveau "campagnes" et le niveau "groupes d'annonces".**

- **Votre compte est associé à une adresse e-mail, un mot de passe et des informations bancaires uniques.**
- **Vos campagnes disposent de leur propre budget et de leurs propres paramètres qui déterminent les emplacements de diffusion des annonces.**

- ***Vos groupes d'annonces contiennent un ensemble d'annonces similaires et de mots clés associés.***

2- Comment établir un bon ciblage ?

- ***Définir des personae pour mieux connaître vos cibles.***
- ***Utiliser le géomarketing pour cibler vos actions de communication.***
- ***Récolter des données clients pour une meilleure connaissance de vos cibles.***

3- Comment bien gérer son budget ?

***Pour déterminer le budget alloué à votre projet, vous devez tenir compte de l'objectif, du choix des mots-clés et des techniques permettant d'optimiser vos dépenses en SEA.***

4- Qu'est-ce que le CPC ?

***Le Coût Par Clic (CPC) est un mode de facturation des espaces publicitaires.***

***Il met en relation un annonceur voulant acheter un espace publicitaire sur Internet et une entreprise permettant de diffuser sa campagne sur le web.***

***Le CPC permet aux annonceurs de payer uniquement lorsqu'un internaute clique sur la publicité.***

Créez-vous un compte Google Ads en suivant ce lien :

<https://support.google.com/google-ads/answer/6366720?hl=fr>

### **III - 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/](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- Exercice 4 :**

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

***Google Shopping (ex google product search) est la plateforme référente pour gagner de la visibilité sur Google surtout lorsque vous avez un site e-commerce. C'est un petit onglet qui se trouve sur la page de vos résultats de recherche et qui met en avant directement les produits recherchés, pour vous permettre de faciliter votre recherche et passer directement à l'achat.***

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 ?

#### **V- Exercice 5 :**

1- En quoi consiste le réseau Display ?

***Il s'agit d'un ensemble composé de plus de deux millions de sites Web, de vidéos et d'applications où vos annonces peuvent être diffusées.***

***Les sites du Réseau Display touchent plus de 90 % des internautes dans le monde. Grâce au Réseau Display, vous pouvez utiliser le ciblage pour diffuser vos annonces dans des contextes particuliers (comme les "activités de plein air" ou "cnn.com"), auprès d'audiences données (comme les "jeunes mamans" ou les "personnes recherchant une nouvelle berline"), dans des zones géographiques spécifiques, et plus encore.***

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

***L'usage le plus fréquent c'est le Retargeting.***

3- Quels sont les différents ciblages 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.

## **VI- 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.

## **VII - Exercice 7 :**

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

***Le retargeting ou reciblage publicitaire est une technique de marketing en ligne permettant de cibler les visiteurs d'un site ou d'une page web (et ayant donc déjà démontré de l'intérêt pour une marque, un produit ou un service) avec une campagne de publicité display.***

- 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.