

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 - Énoncé

IV.1 - Exercice 1 :

1- Définir ce qu'est le SEA.

Le SEA (Search Engine Advertising) signifie littéralement en Français publicité sur les moteurs de recherche

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

- 1- Le réseau search
- 2- Le réseau shopping
- 3- Le réseau display
- 4- Le réseau youtube

3- Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?

☒ **Le réseau Search** : correspondant aux pages de résultat de recherche

☒ **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 site.

☒ **Le réseau Youtube** : permet d'afficher une publicité avant une video Youtube .

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

SEO qui permet de référencer un site de manière naturelle et gratuite, le SEA est payant. Il est également appelé référencement payant.

Le **SEA** permet de mener une campagne d'acquisition limitée dans le temps, par exemple pour des offres saisonnières ou un lancement de produit. Le **SEO** renforce la notoriété de la marque et la confiance des internautes alors que le **SEA** répond surtout à des enjeux de court terme.

	SEO	SEA
Temps passé	Long. Mettre en place toutes les optimisations vues dans le module SEO (plusieurs semaines / mois)	Court. Il suffit de créer une page et de lancer la campagne. Le temps passé par campagne varie selon la concurrence.
Rapidité du positionnement	Long. Il faut compter entre 2 et 6 mois pour voir des résultats vraiment concluants.	Très court. Le positionnement est quasi-immédiat.
Retour sur investissement	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 disparaissiez des premières places.
Budget	En théorie zéro euros. Il suffit simplement de passer du temps.	Coûteux. Plus la concurrence est rude, plus le budget sera élevé.
Contenu	Plus les contenus sont pertinents et fournis, mieux ils se positionneront durablement.	Plus les contenus sont pertinents, plus cela réduira le budget des campagnes.

IV.2 - Exercice 2 :

1- comment est structuré un compte Google Ads ?

GOOGLE ADS est organisé en trois niveaux :

- Le campagne
- Le groupe d'annonce
- Le mots-clés
- l'annonce

2-Comment établir un bon ciblage ?

Il faut est que il est très important de se poser des question comme :

- 1- Quel type de produit je vends ?
- 2- Quel est mon audience ?
- 3- Quel réseau choisir ?

3-Comment bien gérer son budget ?

Il faut faire le **TESTING** car c' est très important de suivre cet stratégie pour que les algorithmes de google assimile les données nécessaires afin d' optimiser la campagne après .

4- Qu'est-ce que le CPC ?

Le **CPC** est signifie **Coût Par Clic** . C' est le montant final qui vous est facturé pour chaque clic .

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

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

https://ads.google.com/aw/campaigns/new/express?ocid=986522779&euid=640844070&_u=2857965430&uscid=986522779&_c=6803434371&authuser=0&subid=ww-ww-et-awhc-6366720&mode=signup&sourceid=awo&campaignId=17699829566&cmpnInfo=%7B%22%22:%220da6867b-b440-4cf3-a8ca-60ad06fb1752%22%7D&step=curl

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 :

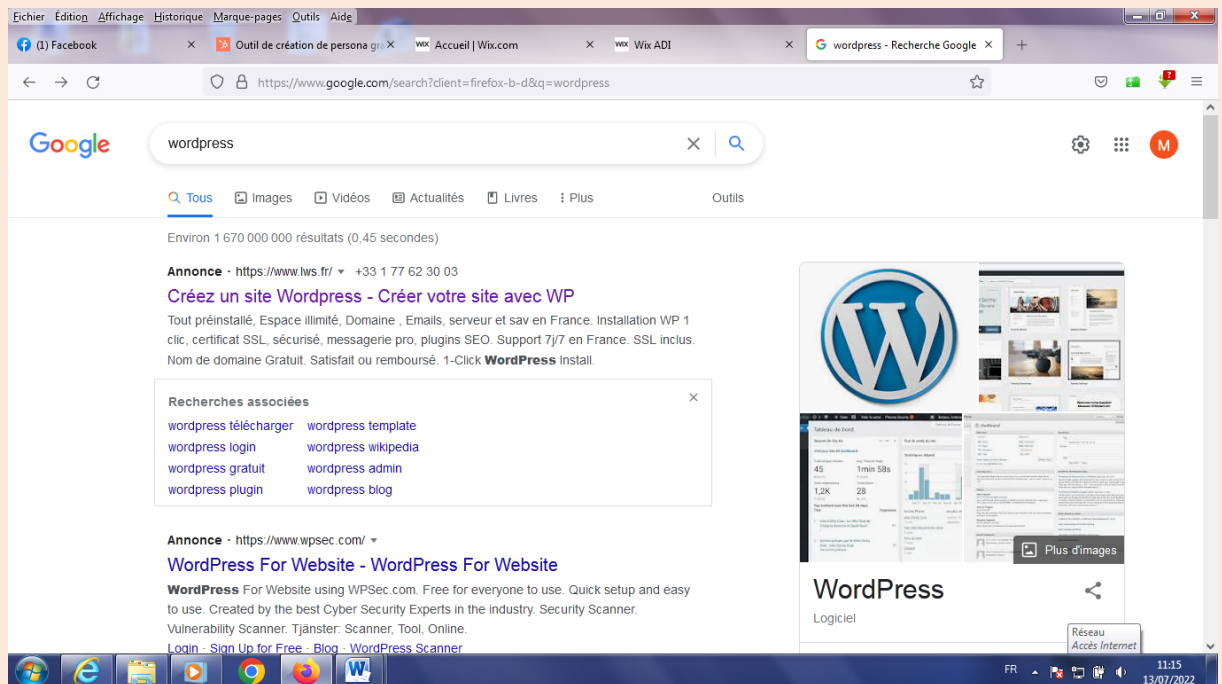
1- Qu'est-ce que le réseau Shopping et à qui est-il adressé ?

Le réseau Shopping est un réseau primordial et indispensable pour tout site e-commerce qui souhaite vendre sur Google . Il 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.

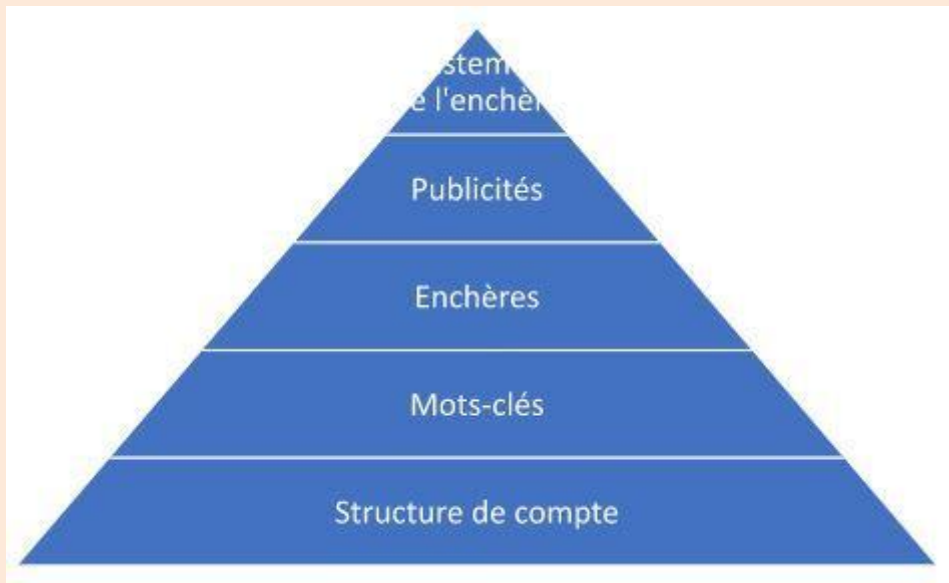
3-Comment Google identifie et liste un produit sur le réseau Shopping ?

Sur Google ,les résultat provenant de campagne SEA sont affichées avec une petite étiquette « annonce » à côté du lien .



4- Comment optimiser une campagne Shoppin ?

- 1-Il faut s'assurer que le compte dispose de campagnes distinctes, avec des groupes d'annonces distincts dedans, des enchères adaptées et cohérentes avec les mots-clés ciblés.
- 2- Il faut s'assurer que les mots-clés ciblés sont cohérents et surtout qu'ils rapportent de l'argent .
- 3- Il faut bien définir les enchères.
- 4- les publicités
- 5- ponctuer l'optimisation :ajustement de l'enchère



IV.5 - Exercice 5 :

1- En quoi consiste le réseau Display ?

Le réseau Display est utilisé pour afficher des publicités en dehors des moteurs de recherche , sur des sites internet .

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 ?

1- **CIBLE PAR MOT-CLE :** -cette analyse permet de décider si oui ou non votre annonce est affichée sur les sites

-vous avez le choix entre le cible par audience ou par contenu

2- **CIBLE PAR PLACEMENT :** - consiste dans le fait de choisir soi-même les sites où l'on souhaite voir apparaître les publicité

3- **CIBLE PAR THEME / SUJET :** - permet de placer des publicités sur des sites qui traitent d'un thème en particulier .

-permet de cibler tous les sites /chaines /applications traitant du thème choisis

4- **CIBLE PAR INTERET :** - analyse le comportement de navigation des visiteurs et surtout leurs intérêts.

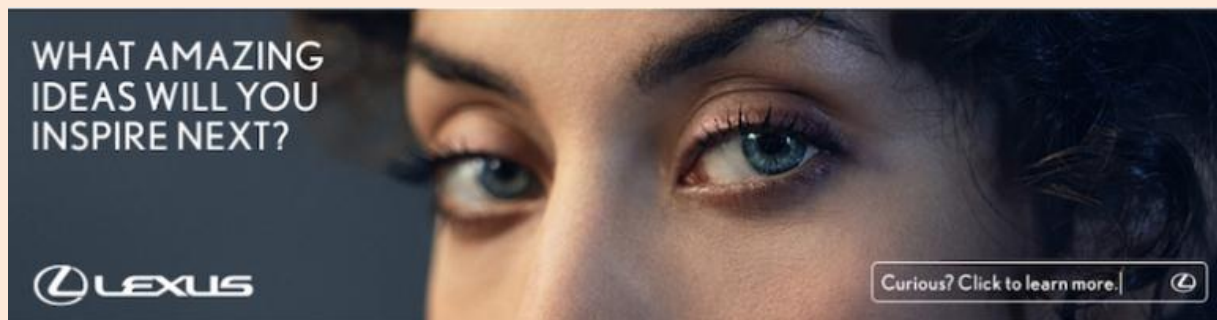
-Peut suivre les vidéos youtube qu'un internaute regarde .

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.


1.- Simplicité remarquable – Apple TV



3.- Image qui attire - Lexus



3- Ressentez l'expérience – Merrell



Ontario

Trail - Ready
Performance

SHOP NOW

MERRELL.

VOICI LE LIEN : <https://www.antevenio.com/fr/7-exemples-dannonces-display-a-prendre-en-compte/>

IV.6 - Exercice 6 :

1- Où apparaissent les vidéos sur le réseau YouTube ?

Les vidéos peuvent apparaître dans des pages de résultat de youtube , dans la page d'accueil , sous une vidéo .

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

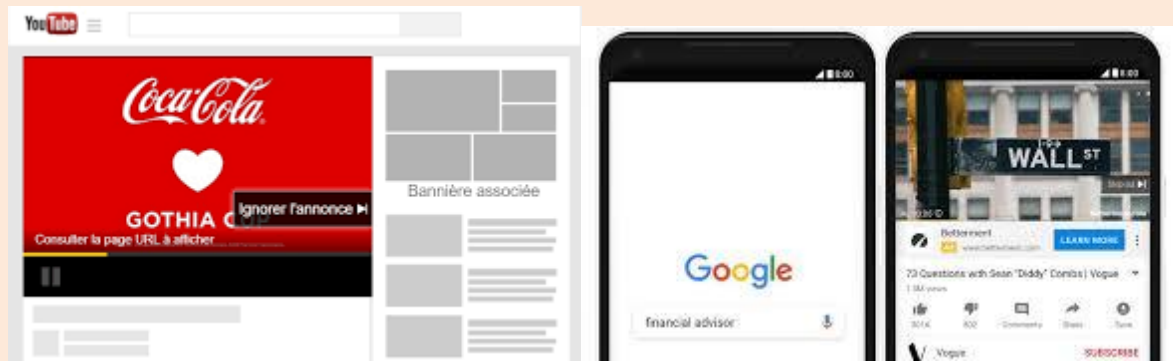
La durée de la présentation est de 5 secondes qui est censées de convaincre l'internaute et de le regarder entièrement .

2- Quels sont les principes d'un bon script de vente ?

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

3- Rendez-vous sur YouTube et essayez d'afficher une publicité en consultant une vidéo.

https://www.google.com/search?q=youtube+publicit%C3%A9&client=firefox-b-d&sxsrf=ALiCzsYJXmyRW1RpOLaZjiCi39ZfSGNnFw:1657548025106&tbm=isch&source=iu&ictx=1&vet=1&fir=ff7K1M2zMzIloM%252CCa8cTTaD4OfChM%252C_%253BtP7mWsBqqXs6tM%252Cs4IF4dooubzU9M%252C_&usg=AI4_kToZuP8Tk2tDbjvM1bj3JU6KKsuvA&sa=X&ved=2ahUKEwj44O_J_D4AhUJhFwKHXgpB5YQ_h16BAgYEAE&biw=1366&bih=624&dpr=1#imgsrc=0WdfhQDaBcSK_M



IV.7 - Exercice 7 :

1- Qu'est ce que le retargeting ?

Le retargeting, aussi appelé remarketing ou reciblage publicitaire, **est une stratégie qui consiste à diffuser des publicités aux clients visitant des sites web en fonction de leur historique de navigation sur votre site ou celui de votre client**

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.