

Projet 1 - Introduction au SEA

IV.1 - Exercice 1 :

1-Le SEA ou Search Engine Adversiting est un référencement payant pour afficher de la publicité sur les moteurs de recherche, il s'agit d'acheter des mots clés auprès des moteurs de recherche. Google en fait partie dont sa régie s'appelle Google Ads

2-3 Les différents réseaux qu'il est possible de cibler grâce à Google Ads :

Le réseau Search : pages de résultat de recherche

Le réseau Shopping : une bande avec différents produits correspond à la requête

Le réseau Display : afficher les annonces à des endroits très précis sur certains sites

Réseau YouTube : afficher une publicité avant une vidéo YouTube

4- Les différences entre le SEO et le SEA.

Le SEO est un référencement naturel gratuit tandis que le SEA est payant. Le temps passé sur le SEO est long puisqu'il faut mettre en place les optimisations, ça peut prendre plusieurs semaines voir quelques moi. Le SEA quant à lui est court, il suffit de monter une page et lancer la campagne. Le positionnement au SEO dure entre 2 et 6 mois pour voir des résultats concluants, alors que pour le SEA c'est quasi immédiat. Par rapport au retour sur investissement, le SEO est long terme car il est plutôt simple et durable mais celui du SEA c'est à court terme puisque dès que la campagne se termine, vous disparaissiez des premières places. Le contenu est important pour les 2 car pour le SEO, le positionnement dure quand les contenus sont pertinents et pout le SEA, des contenus pertinents réduira le budget des campagnes.

IV.2 - Exercice 2 :

1- Un compte Google Ads est structuré de campagnes, groupe d'annonces, mots-clés et annonce

2- Pour établir un bon ciblage, il est primordial de connaître le type de produit ou service vous vendez, savoir votre audience, penser au réseau à choisir, il faut aussi savoir maîtriser son budget, se rendre compte des CPC par réseau

3- Pour bien gérer son budget, il faut établir un budget quotidien que Google dépensera tout au long de la journée.

4- Le CPC ou coût par clic est le coût que vous dépenserez à chaque fois qu'on clic sur votre lien

IV.3 - Exercice 3 :

1 – 2

bouteille isotherme 10 – 100 0,21 €

1-24 sur plus de 60 000 résultats pour "Bouteilles isothermes"

Bouteille Isotherme | Decathlon

Gourde isotherme et bouteille : 500ml, 1L, 750ml, 2L – Zodio

t shirt foot 10 – 100

Le T-shirt Foot

T-Shirt Foot - Marque, Club, Pays

Trouve ton t-shirt de foot | adidas FR

boisson énergisante sport 10 – 100

Boisson énergétique et boisson énergisante : quelle ...

Boisson énergisante et sport - Nicolas Aubineau

Boissons énergétiques pour le sport (course à pied ... – Overstim

ballon de tennis 10 – 100

Balles de tennis | DECATHLON

Balles - Tennis : Sports et Loisirs - Amazon.fr

Balle de tennis - Large choix de marques – Cdiscount

velo electrique 100 – 1 k

Vélos Electriques au meilleur prix | Decathlon

VÉLO ÉLECTRIQUE | + de 500 vélos à assistance ... – Cdiscount

Vélos Électriques 2022 | Culture Vélo

poids musculation 10 – 100

Poids musculation | DECATHLON

Poids musculation – Cdiscount

Poids et accessoires : Sports et Loisirs - Amazon.fr

cross fit 100 – 1 k

qu'est-ce que le CrossFit et comment le pratiquer

QU'EST-CE QUE CROSSFIT?

Le Crossfit, nouveau sport miracle ? Ses avantages et ...

piscine tubulaire 10 – 100

Piscines tubulaires pas cher - Piscines hors sol Intex

Piscine tubulaire | Leroy Merlin

Piscine tubulaire – Intex

chaussures randonnée femme 10 – 100

Chaussures Randonnée et Trekking | Decathlon

Chaussures de randonnée et de montagne femme | Zalando

Chaussure randonnée Femme pas cher jusqu'à – Ekosport

sac de couchage 10 – 100

Sac Couchage | Decathlon

Sacs de couchage de camping et randonnée – Amazon

Sacs de couchage Randonnée - Au meilleur prix - GO Sport

IV.4 - Exercice 4 :

1-Le réseau Shopping permet de lister des produits avant les résultats de recherche en fonction des mots clés que l'internaute tape. Il est adressé 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- Google identifie et liste un produit sur le réseau Shopping sous forme de liste au-dessus des résultats de recherche des campagnes Google Ads et des résultats SEO

4- Pour optimiser une campagne Shopping, il faut d'abord structurer le compte puis choisir les mots-clés, ensuite définir les enchères avant d'analyser les publicités, et enfin ajuster l'enchère.

IV.5 - Exercice 5 :

1-Le réseau Display consiste à afficher des publicités en dehors des moteurs de recherche, très souvent sur des sites internet qui se fait sous forme de bannière ou d'image.

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

3- Les différents ciblage possibles

Ciblage par mot-clé : 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 textuelle entre le mot-clé acheté et le contenu de la page.

Le rôle de Google est donc de trouver des contenus en rapport avec les mots-clés ciblés et de trouver des emplacements pour vos publicités

Ciblage par placement : consiste dans le fait de choisir soi-même les sites où l'on souhaite voir apparaître les publicités.

Permet de choisir bien précisément les sites web, applications ou vidéos YouTube sur lesquels apparaître

Ciblage par thème / sujet : permet de placer des publicités sur des sites qui traitent d'un thème en particulier.

Permet de cibler tous les sites / chaînes / applications traitant du thème choisis.

Ciblage par intérêt : analyse le comportement de navigation des visiteurs et surtout leurs intérêts.

Permet de toucher des gens qui présentent un intérêt pour votre produit certes, mais également d'afficher la publicité sur un site qui n'a rien à voir.

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- Les vidéos sur le réseau YouTube apparaissent avant la vidéo que l'internaute choisit de visionner

2- La présentation dure 5 secondes avant que l'internaute ne puisse passer la vidéo

3- Les principes d'un bon script de vente : capter l'intention pendant 5 secondes, présenter le problème, apporter une solution c'est-à-dire faire une promesse et enfin call to action d'où inviter les gens à cliquer pour en savoir plus

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

IV.7 - Exercice 7 :

1- Le retargeting ou reciblage publicitaire est une technique marketing en ligne pour cibler les visiteurs surtout ceux qui ont porté attention à une marque ou service

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.