

# Parcours : SEO/SEA

## Module : Découvrir le SEA

### Projet 5 - Introduction au SEA

*Réalisé par: MAHEFARISON Patsamamiarivelo*

## IV.1 - Exercice 1 :

1- Définir ce qu'est le SEA.

SEA ou Search Engine Advertising, est une forme de publicité en ligne qui consiste à promouvoir un site web, un produit ou un service en publiant des annonces payantes sur les pages de résultats des moteurs de recherche

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

Réseau de Recherche Google

Réseau Display Google

Réseau YouTube

Réseau Shopping

Réseau d'Applications

Réseau pour le Remarketing

3- Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?

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

Le SEA place tout en haut des pages de résultat en quelques minutes seulement après le lancement de la campagne publicitaire, même si le site ne bénéficie pas d'une notoriété SEO. Le SEA est également très simple à mettre en place. Contrairement au SEO, il n'y a pas à réfléchir sur le contenu des pages aussi précisément que pour le SEO.

## IV.2 - Exercice 2 :

1- Comment est structuré un compte Google Ads ?

- Campagne
- Groupe d'annonces
- Mots-clés
- Annonce

2- Comment établir un bon ciblage ?

il est important de se poser des questions en rapport avec son ciblage sur les objectifs à atteindre, l'offre à définir et l'audience intéressée par l'offre

### 3- Comment bien gérer son budget ?

Il faut établir un budget quotidien que Google dépensera tout au long de la journée.

Il est primordial de commencer avec la phase de test, la phase d'apprentissage de l'algorithme de Google

### 4- Qu'est-ce que le CPC ?

Le CPC est le coût par clic par réseau, coût que vous dépenserez pour chaque clic sur le lien.

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/](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 de Google Ads est spécialement conçu pour les détaillants en ligne et les entreprises qui souhaitent promouvoir leurs produits en affichant des annonces de produits directement dans les résultats de recherche Google. Il s'adresse principalement aux entreprises qui vendent des produits physiques en ligne et qui souhaitent augmenter leur visibilité et leurs ventes 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.

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

Le réseau Shopping fonctionne différemment des autres réseaux puisqu'il est basé sur l'intelligence artificielle de Google à 100%. C'est-à-dire qu'au moment de créer votre campagne, vous n'aurez pas la possibilité de choisir des mots-clés sur lesquels vous positionner, c'est Google qui scanne la page produit et qui en ressort des mots-clés. C'est donc lui qui décide quand l'annonce apparaît.

4- Comment optimiser une campagne Shopping ?

Afin de référencer un produit et de faciliter la tâche à Google, il est possible de demander à Google de scanner le titre de la page produit et la description du produit (contenu de la page produit), ou bien de scanner la balise titre et la méta description dans le code.

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.

## 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, très souvent sur des sites internet.

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

L'utilisation la plus fréquente du réseau Display de Google Ads est la combinaison de plusieurs objectifs marketing, notamment l'acquisition, le retargeting (remarketing) et la sensibilisation à la marque.

Le réseau Display est utilisé pour l'acquisition de nouveaux clients et prospects. Les annonceurs peuvent cibler des audiences spécifiques en fonction de critères tels que les centres d'intérêt, les comportements en ligne et les mots-clés pertinents.

Le Retargeting (Remarketing) est une stratégie visant à rappeler aux visiteurs précédents la marque, les produits ou les services qu'ils ont consultés, ce qui peut augmenter les chances de conversion. Le retargeting est efficace car il cible les utilisateurs déjà intéressés.

Le réseau Display est également utilisé pour renforcer la notoriété de la marque. Les annonces visuelles peuvent être conçues pour mettre en avant l'identité de la marque, ses valeurs et ses offres de manière créative.

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

ciblage par mot-clé


ciblage par la méthode du placement


ciblage par le thème ou le sujet

ciblage par intérêt


Le ciblage par mot-clé se concentre sur la pertinence du contenu, le ciblage par placement vous donne un contrôle précis sur les sites où vos annonces apparaissent, le ciblage par thème ou sujet permet de s'aligner sur des sujets spécifiques, et le ciblage par intérêt cible les utilisateurs en fonction de leurs affinités et de leurs comportements en ligne.


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.

Le Monde | ACTUALITÉS ▾ ÉCONOMIE ▾ VIDÉOS ▾ DÉBATS ▾ CULTURE ▾ LE GOÛT DU MONDE ▾ SERVICES ▾  S'abonner




---


Contenus sponsorisés par **Outbrain** 



PUBLIÉ PAR: WONDERPATCH  
**Cardiologue : trop de graisse abdominale ?**  
Faites ceci avant de vous coucher




PUBLIÉ PAR: FRANCE 24  
**Les chars américains Abrams livrés à l'Ukraine**  
"brûleront", promet le Kremlin




PUBLIÉ PAR: TOP TECH ADVISER  
**Ce Smartphone puissant mais pas cher est en vente aux Madagascar**

---


**Nos lecteurs ont lu ensuite**



10 **Punaises de lit : une désinfection qui coûte cher aux propriétaires**





10 **Derrière le cas d'Orléans, le procès de la surveillance sonore**





10 **Cinq lieux hybrides à découvrir en famille à Paris et autour**

---

Contenus sponsorisés par **Outbrain** 







## IV.6 - Exercice 6 :

1- Où apparaissent les vidéos sur le réseau YouTube ?

Les vidéos apparaissent avant la vidéo que l'internaute choisit de visionner (Pre Roll). Elles peuvent également être affichées dans les pages de résultats de YouTube, dans la page d'accueil, ou encore sous une vidéo (TrueView).

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

En général, c'est une vidéo assez courte et dont les 5 premières secondes sont censées être impactantes pour convaincre l'internaute de la regarder entièrement.

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

Un bon script de vente pour une vidéo YouTube doit être conçu pour capter l'attention de l'audience, susciter de l'intérêt pour le produit ou le service à vendre, et inciter à l'action (conversion):

- Introduction Captivante
- Présentation du Problème
- Présentation de la Solution (la promesse)
- Démonstration
- Appel à l'Action (CTA)

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

## IV.7 - Exercice 7 :

1- Qu'est ce que le retargeting ?

C'est le fait de re-cibler les gens qui ont déjà effectué une action sur un site, ou qui ont déjà visité le site.

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.