



Parcours : SEO/SEA

Module : Découvrir le SEA

Projet 5 - Introduction au SEA

Tous vos travaux devront être déposés sur votre compte Github

I - Introduction

Repository Name : SAYNA-SEA-PROJET5

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-PROJET5

⚠ 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.
- 2- Quels sont les différents réseaux qu'il est possible de cibler grâce à Google Ads ?
- 3- Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?
- 4- Expliquer les différences entre le SEO et le SEA.

IV.2 - Exercice 2 :

- 1- Comment est structuré un compte Google Ads ?
- 2- Comment établir un bon ciblage ?
- 3- Comment bien gérer son budget ?
- 4- Qu'est-ce que le CPC ?

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/

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 ?

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 ?

IV.5 - Exercice 5 :

1- En quoi consiste le réseau Display ?

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 ?

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 ?
- 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.

IV.7 - Exercice 7 :

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