

SEA

Exercice 1 :

1)-SEA : Search Engine Adverstising est une discipline proche de l'optimisation pour les moteurs de recherche qui a pour but d'augmenter la notoriété et la visibilité d'une entreprise ou d'une marque ou des produits.

2)- Les différentes réseaux qu'il est possible de cibler grâce à Google Ads sont :

 Annonce, shopping, Display, YouTube, Discovery.

3)-Les différentes spécificités :

4)- La différence entre SEO et SEA :

 C'est que SEO renforce la notoriété de la marque.

Exercice 2 :

1)-Un compte Google Ads est structuré comme un entonnoir car il englobe tout et va sur le plus détaillée.

2)-Pour établir un bon ciblage, il faut

3)-

4)-Le CPC (cout par clic) est le montant final qui est facturé par chaque clic.

Exercice 3 :

Exercice 4 :

1)- Le réseaux shopping est un réseau e-commerce qui souhaite vendre sur Google.

2)-

3)-Pour que Google identifie un produit sur le réseau shopping, il est recommandé d'utiliser la meta description et la balise title.

4)-Pour optimiser une campagne, il faut s'assurer que le compte dispose de campagnes distinctes, des mots clés, les enchères et l'optimisation.

Exercice 5

1) Le réseau Display consiste à diffuser la publicité au plus nombre sous forme d'image.

2) L'usage le plus fréquent est sur le site internet.

3) Les différents ciblage possibles sont :

- ciblage par mot clé :

- ciblage par placement :

- ciblage par thème/sujet :

- ciblage par internet :

4)-

Exercice 6

1)-Les vidéos apparaissent avant la vidéo que l'internaute choisi de visionner.

2)-La présentation dure 5 premières secondes avant qu'internaute ne puisse passer la vidéo.

3)-Les principes d'un bon script de vente sont :

- Le call to action est une action en cliquant sur un bouton pour découvrir un message.

4)-

Exercice 7

1)-Le retargeting est une technique permettant de cibler les visiteurs d'un site ou d'une page.

2)-

3)-