

PROJET I SEA

IV.1 - Exercice 1 :

- **Définir ce qu'est le SEA.**

Le SEA ou « Search Engine Advertising » est un mode de référencement payant par le biais des publicités sur les réseaux sociaux ou les sites internet.

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

Les différents réseaux à cibler grâce à Google Ads sont : le réseau Search, Le réseau Shopping, Le réseau Display, Réseau YouTube

- **Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?**

Le réseau Search correspondant aux pages de résultat de recherche. Sur Google, les résultats provenant de campagnes SEA sont affichées avec une petite étiquette « annonce » à côté du lien. 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 sites. Réseau Youtube permet d'afficher une publicité avant une vidéo Youtube. Lorsqu'un internaute lancera une vidéo Youtube,.

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

Les différences entre le SEO et SEA sont d'abord au niveau du référencement : le SEO est une optimisation de contenu de façon à référencer un site web naturellement dans Google alors que le SEA est un référencement payant. Puis, le SEO se trouve uniquement sur Google par l'intermédiaire de chaque site web alors que le SEA peut se trouver dans les réseaux sociaux comme Facebook ou Instagram.

IV.2 - Exercice 2 :

- **Comment est structuré un compte Google Ads ?**

Google Ads est structuré sous forme de poupées russes ou d'entonnoir car la campagne englobe le tout, puis on va de plus en plus dans le détail jusqu'à l'annonce finale campagne, groupe d'annonce, mot clé et annonce

- **Comment établir un bon ciblage ?**

Il faut se demander sur le type de produit ou de service, l'audience, le réseau pour établir un bon ciblage

- **Comment bien gérer son budget ?**

Elle consiste à créer une campagne, à attribuer un budget assez faible pour tester, et la laisser tourner environ une semaine pour que l'algorithme de Google prennent le temps d'apprendre le comportement des internautes qui interagissent avec la campagne.

Une fois que la campagne est lancée et si les résultats sont bons, il faut augmenter le budget quotidien afin d'améliorer les performances.

- **Qu'est-ce que le CPC ?**

Le coût par clic est le prix que va payer un annonceur chaque fois qu'un utilisateur clique sur sa publicité.

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 :

faire du sport,bein sport, jd sport, bein sport 1, rmc sport, parions sport, magasin de sport privé, cote sport, intersport, gazzetta dello sport, académie sportive, autorité sportive, sport aux puces,sport américain, voiture de sport

2- Listez les mots-clés avec le volume de recherche mensuel et les CPC pour chacun d'eux.

Mot clé	Volume de recherche	CPC
football	1 k – 10 k	0,16 \$US
natation	10 – 100	néant
rugby	100 – 1 k	néant

IV.4 - Exercice 4 :

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

Le réseau shopping est Le réseau Shopping est un réseau dédié aux sites e-commerce. permettant de lister des produits avant les résultats de recherche en fonction des mots-clés que l'internaute tape. Il s'adresse aux entreprises souhaitant vendre leurs produits et aux acheteurs.

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.

<https://www.lesnumeriques.com/telephone-portable/xiaomi-redmi-note-10-pro-p62201.html>

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

Google va indexer les produits en fonction d'une algorithmne artificielle, c'est-à-dire il va scanner le produit et en ressortir les mots clés et décide quand l'annonce apparaît . Le CPC influence le positionnement des annonces, un positionnement de 6 places.

- **Comment optimiser une campagne Shopping ?**

Il est nécessaire de s'assurer de la structure du compte, qu'il dispose des groupes d'annonces distinctes dedans, des enchères adaptées aux mots clés. Puis, la pyramide concernant les mots-clés doivent être cohérent. Enfin, l'optimisation, le bon mot clés doit contenir un plus grand budget.

IV.5 - Exercice 5 :

- **En quoi consiste le réseau Display ?**

Le réseau Display consiste à des publicités en vidéos, photos et mots clés en dehors des moteurs de recherches.

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

On utilise plus souvent du retargeting car cela se fait souvent sous forme de bannière ou d'image.

←

Gestion des audiences

RECHERCHE

RAPPORTS

OUTILS ET PARAMÈTRES

ACTUALISER

AIDE

NOTIFICATIONS

T

<

1 sur 2

>

❗

Aucune de vos annonces n'est diffusée - Vos campagnes et vos groupes d'annonces ont été mis en veille ou supprimés. Activez-les pour commencer à diffuser vos annonces.

Masquer

En savoir plus

Audiences

Segments

Vos insights

Vos sources de données

Audiences

1 audience sélectionnée

✕

FERMER

<div>▢</div> <div>Nom de l'audience ↑</div>	Ajouté à	État de conformité avec les règles
Non utilisé		
<div>☑</div> <div>Ballon de Basket</div>	Aucun	Éligible
<div>☐</div> <div>Basketball</div>	Aucun	Éligible
<div>☐</div> <div>football</div>	Aucun	Éligible

1 à 3 sur 3