

IV - Énoncé IV.1 - Exercice 1 :

- 1- Définition :
SEA c'est une forme de référencement qui permet à un site web d'améliorer sa visibilité.
- 2- Les différents réseaux qu'il est possible de cibler grâce à Google Ads sont :
 - ✓ Le Réseau de recherche : tels que Maps et Shopping.
 - ✓ Le Réseau Display : YouTube, Blogger et Gmail, ainsi que des milliers de sites partenaires de Google sur le Web.
- 3- Les spécificités de chaque réseau :
 - ✓ Réseau display : permet d'afficher des annonces à des endroits très précis sur certains sites.
 - ✓ Réseau de recherche : correspondant aux pages de résultat de recherche.
- 4- les différences entre le SEO et le SEA.

SEO

Temps passé : Long.

Rapidité du positionnement : Long. Il faut compter pour quelque mois pour voir des résultats vraiment concluants.

Retour sur investissement : Moyen et long terme. Le positionnement met du temps mais l'entretien est plutôt simple et durable.

Budget : En théorie zéro euro. Il suffit simplement de passer du temps.

Contenu : avec des contenus pertinents et fournis, Il se positionne durablement

SEA :

Temps passé : Court.

Rapidité du positionnement : Très court. Le positionnement est presque immédiat.

Retour sur investissement : Court terme. Dès la fin de la campagne, on disparaît des premières places.

Budget : Coûteux. Plus la concurrence est rude, plus le budget sera élevé.

Contenu : avec des contenus pertinents ; le budget des campagnes seront réduits.

IV.2 - Exercice 2 :

- 1- structure d'un compte Google Ads :
Le compte Google Ads est constitué de 3 parties : La campagne (au plus haut niveau), Le groupe d'annonces (niveau intermédiaire), Et les mots-clés et annonces.
- 2- Pour établir un bon ciblage :
Adapté le ciblage selon le mot clé acheté et l'objectif de la campagne. Il est souvent intéressant de débiter une campagne avec des mots clés en ciblage Large. Cela permet de définir le potentiel de trafic de la campagne et de ne pas louper un trafic.
- 3- Pour bien gérer son budget :
 - Identifier les sommes correspondant aux charges fixes et les régler en début de mois.
 - Planifier autant que possible les dépenses occasionnelles.
 - Noter et contrôler les dépenses.
 - Garder la preuve des paiements.
- 4- Définition CPC :
Le Coût Par Clic (CPC) est un mode de facturation des espaces publicitaires.

- 5- 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