

# SAYNA-SEA-PROJET1-052022

## IV.1 - Exercice 1 :

1- Définir ce qu'est le SEA.

Le SEA est une branche du marketing en ligne et un disciple du marketing de référencement avec le SEO. C'est publicité sur les moteurs de recherche

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

Les différents réseaux sont :

Les réseaux correspondant au page de résultat de recherche sur Google

Les annonces sponsorisées

Le réseau shopping

Le réseau display

Réseaux YouTube

3- Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?

Les réseaux correspondant au page de résultat de recherche sur Google : La page de résultats de recherche Google (ou SERP) répond aux questions des internautes. Bien la comprendre permet d'améliorer sa visibilité & son ranking

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

Les différences entre le SEO et SEA ;

Différent entre	SEA	SEO
TEMPS PASSE	-court, il suffit de créer une page et de lancer la campagne	Long: mettre en place toutes les optimisations vues dans le modules SEO
RAPIDITE DU POSITIONNEMENT	-très court Positionnement est quasi-immédiat	Long: il faut compter entre deux et six mois pour voir des résultats vraiment concluant.
RETOUR SUR INVESTISSEMENT	Dès la fin de campagne, vous disparaissiez de la première place	Moyen ou long terme. Le positionnement met du temps mais l'entretien est plutôt simple et durable
BUDGET	Couteux. Plus la concurrence est rude, plus le budget est élevé	En théorie zéro il suffit simplement de passer du temps
CONTENU	Plus de contenu sont pertinents, plus cela réduit le budget de campagne.	Plus contenu sont pertinents et fournis, mieux ils se positionneront durablement

## IV.2 - Exercice 2 :

1- Comment est structuré un compte Google Ads ?

Pour structurer un compte Google ads il faut faire ses quatre étapes :

- la campagne
- le groupe d'annonce
- les mots clés
- l'annonce

2- Comment établir un bon ciblage ?

Pour établir un bon ciblage, il est important de se poser de question en rapport avec celui-ci :

- a) Quel type de produit ou de service je vends ?
- b) Quelle est mon audience ?
- c) Quel réseau choisir ?

3- Comment bien gérer son budget ?

Le budget sur Google Ads se détermine par un montant journalier que la campagne peut dépenser. Il faut donc établir un budget quotidien que Google dépensera tout au long de la journée.

4- Qu'est-ce que le CPC ?

CPC (coût par clic) c'est le montant final qui vous est facturé pour chaque clic.

Créez-vous un compte Google Ads en suivant ce lien :

<https://support.google.com/google-ads/answer/6366720?hl=fr>

**-Fait**

## 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.

Possibilités de mots clés

Possibilités de backlinks

RECHERCHE DE MOTS CLÉS

Vue d'ensemble des mots clés

Keyword Magic Tool

Keyword Manager

Suivi de position

Organic Traffic Insights

CONSTRUCTION DE LIENS

Analyse de backlinks

Backlink Audit

Link Building Tool

Analyse par lots

ON PAGE & TECH SEO

Audit de site

Listing Management

SEO Content Template

On Page SEO Checker

Log File Analyzer

SEO local

Par numéro

Par volume

Tous les m... 144 320

> ff 40 920

> suaps 35 130

> sport 33 420

> staps 7 720

> ufr 7 290

> uca 6 330

> nantes 6 180

> ffsu 5 750

> u 4 600

> strasbourg 4 260

Afficher plus

Tous les mots clés: 322 Volume total: 144,3K

+ Ajouter à la liste

	Mot clé	Inte...	M. F	Vo...	Ten...	KD %	CP...	C...	SF	Résult...	De			
<input type="checkbox"/>	univ sport >>			60	170		44		0,00	0,00		+4	40,9M	il y
<input type="checkbox"/>	université sport >>			45	90		47		0,76	0,16		+3	246M	La
<input type="checkbox"/>	univ sport nantes >>			40	210		22		0,00	0,00		+5	96	il y
<input type="checkbox"/>	univ sports nantes >>			40	210		22		0,00	0,00		+4	96	La
<input type="checkbox"/>	université de sport >>			40	170		48		0,57	0,29		+5	250M	La
<input type="checkbox"/>	sports universitaire >>			35	110		44		0,00	0,00		+2	441M	La
<input type="checkbox"/>	sport université >>			30	110		47		0,00	0,00		+2	343M	il y
<input type="checkbox"/>	sport a la fac >>			25	70		49		0,00	0,00		+3	71,8M	il y

ON PAGE & TECH SEO

Audit de site

Listing Management

SEO Content Template

On Page SEO Checker

Log File Analyzer

SEO local

Publicité

Social Media

Marketing de contenu

Trends

Solutions pour les agences

GESTION

Mes rapports

Lead Generation Tool

Calendrier marketing

Notes

n/a

n/a

Variations du mot clé

822 Volume total: 3,4K

Mots clés	Volume	KD %
sport univ lille	320	34
univers du sport	320	26
univ sport nantes	210	22
univ sports nantes	210	22
univ sport	170	44

Afficher tous les 822 mots clés

Questions

3 Volume total: 0

Mots clés	Volume	KD %
comment s'inscrire au sport sur le campus univ amu	0	n/a
par l'univers du sport	0	n/a
sur lunette univ pour le sport	0	n/a

Afficher tous les 3 mots clés

Mots clés associés

494 Volume total: 182,1K

Mots clés	Volume	KD %
univ sports	170	19
université sport	90	47
université de sport	170	48
sport a la fac	70	49
sport université	110	47

Afficher tous les 494 mots clés

Analyse des SERP

3- Tapez ces mots-clés dans la barre de recherche Google et essayez de trouver des annonces Search. Identifiez au moins 3 concurrents potentiels.

Annonce · <https://www.lws.fr/site-web-wordpress> ▾ +33 1 77 62 30 03

Créez un site WordPress

Pack clé en mains tout compris Installation rapide, Domaine .Fr. 1-Click **WordPress** Install.

Annonce · <https://www.wpsec.com/> ▾

WordPress For Website - WordPress For Website

**WordPress** For Website using WPsec.com. Free for everyone to use. Visit Now. Quick...

Les trois concurrents potentiels de WordPress :

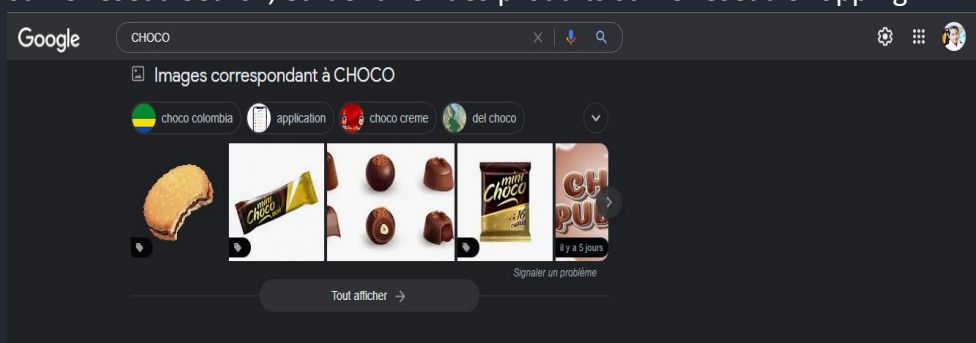
Wix : des designs au top et une flexibilité totale.

Jimdo : une alternative solide à WordPress, avec boutique en ligne.

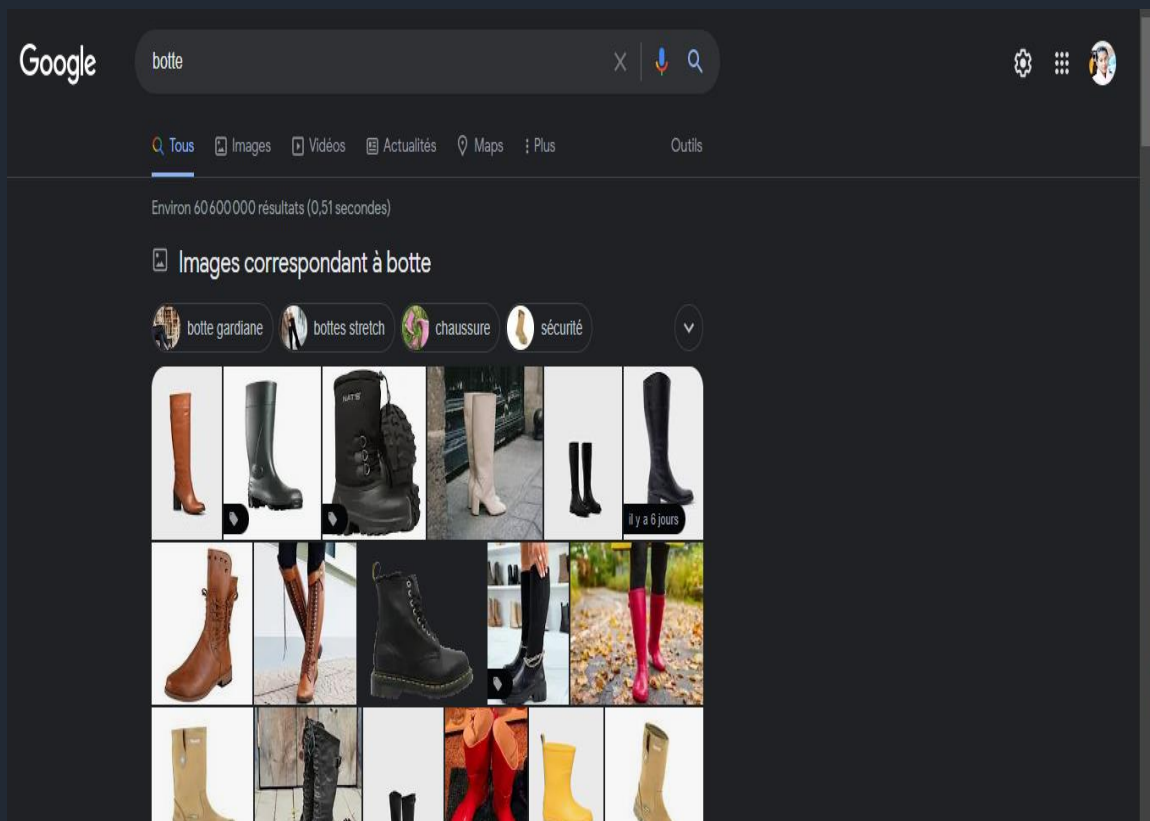
Webnode : le pro des langues.

#### IV.4 - Exercice 4 :

- 1- Qu'est-ce que le réseau Shopping et à qui est-il adressé ?  
Le réseau shopping est un réseau basé sur l'intelligence artificiel de Google à 100%, il s'adresse aux sites e-commerce.
- 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.



#### CHOCOLAT NOIR DE CHEF



<https://www.galerieslafayette.com> > femme > chaussures ▾

### Bottes femme | Galeries Lafayette



Retrouvez un large choix de **bottes** femme sur la boutique en ligne GaleriesLafayette.com. Choisissez parmi une variété de genres et coloris adaptés à votre ...

<https://www.sarenza.com> > bottes-femme ▾

### Achat Botte femme | Sarenza



Nouveautés, exclusivités, découvrez un large choix de **bottes** femme sur Sarenza. Livraison et retour toujours gratuits !

- 3- Comment Google identifie et liste un produit sur le réseau Shopping ?  
Google identifie et le liste un produit sur le réseau shopping en raison de:  
Stratégie  
Création de Campagne Shopping  
Formats et Emplacements  
Ciblage et Audience  
Budget et Enchères  
Analyse et Reporting
- 4- Comment optimiser une campagne Shopping ?  
Optimiser une campagne Google shopping il faut suivre ces 6 étapes :
  - Travailler sur les fiches produites. ...
  - Structurer les campagnes Google Shopping en fonction de notre marge ou performance.
  - Inclure les mots-clés négatifs.
  - Ajuster les enchères. ...
  - Rendez vos produits éligibles aux évaluations. ...
  - Mettez en place les audiences de remarketing

## IV.5 - Exercice 5 :

1- En quoi consiste le réseau Display ?

Le réseau display consiste à afficher des publicités en dehors des moteurs de recherche sur des sites internet.

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

L'usage le plus fréquent est le retargeting, parce que le réseau Display n'est pas adapté à de la conversion et à de l'acquisition, il sera beaucoup plus efficace pour du retargeting par exemple. Il agit comme un générateur de demande créant de l'intérêt et de la curiosité grâce aux publicités visuelles qui attirent l'œil. Tandis que le réseau de recherche répond aux besoins et aux questions de désirs des gens en répondant à leurs recherches

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

Les différents ciblage possibles sont :

- Ciblage par mot clé : Le ciblage par mot-clé sur le réseau Display fonctionne grâce à un scan de Google du contenu d'une page web, d'une application ou d'une vidéo qui permet de trouver une concordance textuelle entre le mot-clé acheté et le contenu de la page. Cette analyse permet de décider si oui ou non votre annonce est affichée sur les sites.
- Ciblage par placement : Un ciblage par placement consiste dans le fait de choisir soi-même les sites où l'on souhaite voir apparaître les publicités. Le ciblage par mot-clé permet de se placer sur des sites « automatiquement » en laissant Google se charger de trouver des sites en rapport avec les mots-clés, mais le ciblage par placement permet de choisir bien précisément les sites web, applications ou vidéos YouTube sur lesquels apparaître.
- Ciblage par thème ou sujet : le ciblage par thème permet de placer des publicités sur des sites qui traitent d'un thème en particulier. Cela permet de cibler tous les sites / chaînes / applications traitant du thème choisis.
- Ciblage par intérêt: Le ciblage par intérêt analyse le comportement de navigation des visiteurs et surtout leurs intérêts. Il existe 3 types de ciblage par intérêt : les audiences d'affinité personnalisées, les audiences d'affinité personnalisées, et les audiences d'intention personnalisées

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 ?

Les vidéos YouTube apparaissent avant la vidéo que l'internaute choisit de visionner, dans l'internet ou dans la page d'accueil de YouTube

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

C'est un peu court il dure 5 secondes.

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

Les principes d'un bon script de vente sont :

Capter l'attention ; vous avez 5 seconde

Présenter le problème ; identifier e vrais problèmes

Faire la promesse ; la solution que vous apportez

Call to action, inviter les gens à cliquer pour en savoir plus

4- Rendez-vous sur YouTube et essayez d'afficher une publicité en consultant une vidéo. [https://youtu.be/Z-UQA2\\_kxU0](https://youtu.be/Z-UQA2_kxU0)

Hello, je lance ma marque Respire, une marque de déodorant naturel mixte. La formule est totalement saine pour le corps humain et efficace toute la journée.

Le lancement se fait via notre campagne de crowdfunding sur Ulule. [www.respirenaturel.fr](http://www.respirenaturel.fr)

Pour que Respire voie le jour, j'ai besoin de votre soutien. Vous pouvez précommander votre déodorant dès maintenant sur la plateforme Ulule.

Il y a des offres limitées aux premiers participants avec nos partenaires (Half MDS, GO Sport, Cryobox, Shapeheart, Birchbox...).

Merci de votre soutien !

Pourquoi le déodorant ? Deuxième soins qu'on utilise chaque jour

Quelle est le problème ? De nos jours beaucoup de déodorant industriel

A quoi devrait le déodorant idéal ?

Quel ingrédient utilise ?

#### **IV.7 - Exercice 7 :**

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

Le retargeting ou reciblage publicitaire est une technique de marketing en ligne permettant de cibler les visiteurs d'un site ou d'une page web avec une campagne de publicité display

- 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.

-fait