



GOOGLE ADWORDS

# Projet SEA



Présenté par

Edwige Kouadio

## **SOMMAIRE**

- I.   *Exercice 1***
- II.   *Exercice 2***
- III.   *Exercice 3***
- IV.   *Exercice 4***
- V.    *Exercice 5***
- VI.   *Exercice 6***
- VII.   *Exercice 7***

## I. Exercice 1

Définir ce qu'est le SEA.

L'acronyme SEA (Search Engine Advertising) correspond au référencement payant ou à la publicité sur les moteurs de recherche en Français. Le SEA consiste à acheter des mots-clés auprès des régies publicitaires des moteurs de recherche comme Google (Google Ads ou Google Adwords). Il permet de cibler les personnes qui sont ou pourraient être potentiellement intéressées par nos offres, d'accroître notre notoriété.

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

Google Ads met à disposition quatre(4) réseaux de ciblage que sont : le réseau search, le réseau shopping, le réseau display et celui de YouTube.

Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?

Le réseau Search correspond aux pages de résultat de recherche. Lorsque vous naviguez sur Google et que vous voyez l'une de ces petites étiquettes « annonce » « ad » ou « annonces » devant un site ou une page, en réalité ceux-ci ont utilisé le réseau search pour apparaître le plus haut possible dans les résultats de recherche.

Le réseau Shopping est celui qui apparaît sous forme de bande avec différents produits, prix quand on tape une requête associée à lui. Ce réseau est réservé généralement aux sites d'E-commerce.

Le réseau Display permet d'afficher des annonces à des endroits très précis sur certains sites. Il prend la forme d'une bannière ou d'une image. C'est le plus grand réseau publicitaire au monde (avec une audience de 90% des internautes).

Réseau YouTube permet d'afficher une publicité avant une vidéo YouTube. Lorsqu'un internaute lancera une vidéo YouTube, votre publicité lui sera proposée.

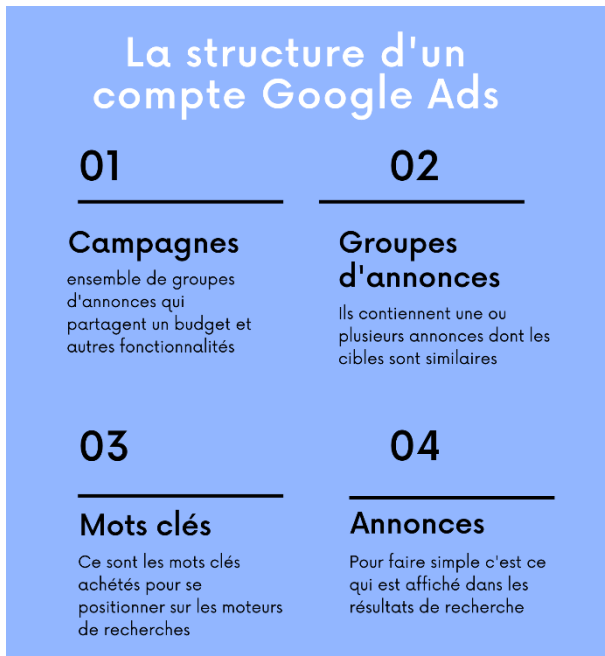
Expliquer les différences entre le SEO et le SEA.

LES POINTS DE DISSEMBLANCES ENTRE SEA ET SEO	
SEA	SEO
Gain de temps, le référencement se fait rapidement	trop temps à y consacrer. Il faut en moyenne 2 à 6 mois pour avoir un résultat concluant
Le R.O.I est à court terme. Dès la fin de la campagne l'annonceur disparaît des premières pages de recherches.	Le R.O.I est à moyen ou long terme.
Il est couteux	Il est en général gratuit
,plus les contenus sont pertinents , plus cela reduira le budget de la pub.	Plus les contenus sont interessants, mieux sera le référencement

## II. Exercice 2

### Comment est structuré un compte Google Ads ?

Le compte Google ads se structure à 4 niveaux ou 3 pour certains (avec annonces et les mots clés associés) :



### Comment établir un bon ciblage ?



## Comment bien gérer son budget ?

Il est recommandé de pratiquer « le testing » pour bien gérer son budget. Le testing consiste à allouer un faible budget pour la création d'une campagne et à la laisser tourner jusqu'à ce que l'algorithme de Google puisse sonder le comportement des internautes qui interagissent avec la campagne. Cela lui permet aussi de comprendre la campagne pour gérer au mieux ce budget et de proposer des données précises. Il est conseillé de commencer avec un budget de 20 euros/jour/campagne dans ce processus.

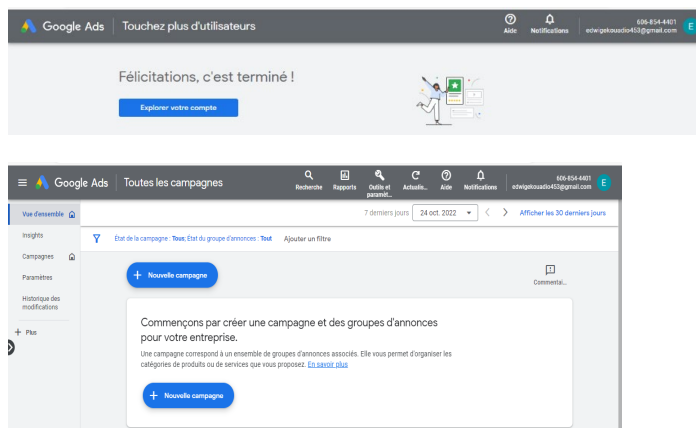
## Qu'est-ce que le CPC ?

Coût Par Clic (CPC) est une technique en SEA qui consiste pour un diffuseur à faire payer une somme d'argent à un annonceur chaque fois que quelqu'un clique sur son annonce. Il existe divers CPC et leurs prix varient en fonction du réseau et des mots clés ciblés.

Sur le réseau search et shopping par exemple : le CPC est en moyenne à 0,40 – 0,60 euros.

Par contre sur le réseau YouTube et display, les coûts sont respectivement entre 0,01 et 0,03euros et de 0,05euros.

## Création du compte Google ads



### III. Exercice 3

#### Les mots clés sur la thématique du sport

Idées de mots clés

Prévision

Plan de mots clés

Mots clés enregistrés

Mots clés à exclure

🔍 sport

📍 Côte d'Ivoire

🇫🇷 Français

🔍 Google

📅 oct. 2021 – sept. 2022

Élargir la recherche :

+ activité physique

+ loisir

+ sportif

+ design

+ shopping

+ services

+ baseball

1

Exclure les idées réservées aux adultes

✕

Ajouter un filtre

529 idées de mots clés disponibles

📊 Colonn

<input type="checkbox"/> Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Variation sur trois mois	Variation YoY	Concurrence	Taux d'impressions des annonces	Enchère de haut de page (fourchette basse)	Enchère de haut de page (fourchette haute)
<input type="checkbox"/> sport	1 k – 10 k	0 %	0 %	Faible	—	0,03 €	0,41 €
Idées de mots clés							
<input type="checkbox"/> tennis	1 k – 10 k	0 %	0 %	Faible	—	—	—
<input type="checkbox"/> foot	10 k – 100 k	0 %	0 %	Faible	—	0,02 €	0,18 €
<input type="checkbox"/> tennis live	100 – 1 k	0 %	0 %	Faible	—	—	—
<input type="checkbox"/> foot en direct	10 k – 100 k	+ 900 %	0 %	Faible	—	0,02 €	0,13 €
<input type="checkbox"/> calcio	1 k – 10 k	+ 9 900 %	0 %	Faible	—	—	—
<input type="checkbox"/> france foot	1 k – 10 k	0 %	0 %	Faible	—	—	—
<input type="checkbox"/> handball	100 – 1 k	0 %	0 %	Faible	—	—	—
<input type="checkbox"/> shaqiri	100 – 1 k	0 %	0 %	Faible	—	—	—
<input type="checkbox"/> foot direct	1 k – 10 k	+ 900 %	0 %	Faible	—	0,02 €	0,19 €
<input type="checkbox"/> tennis live	100 – 1 k	0 %	+ 900 %	Faible	—	—	—

Les mots clés listés dans le volume de recherche et leur CPC

<div> <div>+</div> <div>Mots clés</div> <div>Colonnes</div> </div>							
<input type="checkbox"/> Mot clé ↑	Groupe d'annonces	CPC max.	Clics	Impressions	Coût	CTR	CPC moy.
<input type="checkbox"/> calcio	Groupe d'annonces 1	1,00 €	0,00	0,00	0,00 €	–	–
<input type="checkbox"/> foot	Groupe d'annonces 1	1,00 €	23,55	144,10	3,69 €	16,3 %	0,16 €
<input type="checkbox"/> foot direct	Groupe d'annonces 1	1,00 €	2,61	9,20	0,78 €	28,4 %	0,30 €
<input type="checkbox"/> foot en direct	Groupe d'annonces 1	1,00 €	67,16	255,97	14,59 €	26,2 %	0,22 €
<input type="checkbox"/> france foot	Groupe d'annonces 1	1,00 €	0,00	0,00	0,00 €	–	–
<input type="checkbox"/> handball	Groupe d'annonces 1	1,00 €	0,00	0,00	0,00 €	–	–
<input type="checkbox"/> shaqiri	Groupe d'annonces 1	1,00 €	0,00	0,00	0,00 €	–	–
<input type="checkbox"/> tennis live	Groupe d'annonces 1	1,00 €	0,00	0,00	0,00 €	–	–
<input type="checkbox"/> tennis	Groupe d'annonces 1	1,00 €	3,49	50,28	1,05 €	6,9 %	0,30 €
<input type="checkbox"/> tennis live	Groupe d'annonces 1	1,00 €	0,31	4,19	0,02 €	7,3 %	0,08 €

Idées de mots clés

Prévision

Plan de mots clés

Mots clés enregistrés

Mots clés à exclure

Plan brouillon

Plan créé le oct. 25, 2022, 5 AM, UTC

Stratégie d'enchères

Enchères au CPC manuelles

Enregistré il y a 2 minutes

Créer une campagne

Côte d'Ivoire

Toutes les langues

Google

1 - 30 nov. 2022

Votre plan est susceptible d'enregistrer 97 clics avec un coût de 20 € et un CPC max. de 1 €

Testez une stratégie d'enchères automatique pour simplifier la définition d'enchères et trouver le meilleur CPC

Modifier

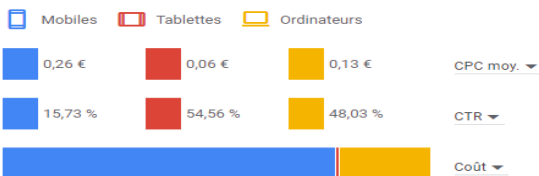
En savoir plus

Clics	Impressions	Coût	CTR	CPC moy.	Ajouter des métriques de conversion
97	464	20 €	20,9 %	0,21 €	
Budget quotidien : 4 €					

Prévisions sur l'année prochaine



Appareils



Annonces search des mots clés dans la barre de recherche Google :

Calcio : aucune annonce trouvée

Foot : aucune

Foot direct : néant

Foot en direct : néant

France foot : néant

Handball : aucune

Shaqiri : aucune

Tennis live : aucune

Tennis : aucune

Tennis live : aucune

#### Concurrents potentiels :

- ✓ l'équipe (<https://www.lequipe.fr/>)
- ✓ sport.fr (<https://www.sport.fr/>)
- ✓ Le monde (<https://www.lemonde.fr/sport/>)

Pour les magazines sportifs comme foot direct, France foot et tennis live.

#### IV. Exercice 4

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

Le réseau shopping ou Google shopping permet de lister des produits avant les résultats de recherche en fonction des mots-clés que l'internaute tape. Ce réseau est beaucoup destiné aux sites de e-commerce souhaitant faire la promotion et la vente de leurs produits. Il apparaît sous forme de bande avec différents produits en relation avec la requête.

 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.

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

Google scanne le titre de la page produit et la description du produit (contenu de la page produit), ou bien le faire avec la balise title et la Meta description dans le code.

Comment optimiser une campagne Shopping ?

# Etapes d'optimisation d'une campagne shopping

**Structuration du compte**

**Cohérence et rentabilité des mots clés**

**Définition des enchères**

**Cohérence et optimisation des publicités**

**Ajustement de l'enchère**

Pour en savoir plus :

<https://latechdanslesetoiles.com/optimiser-campagne-google-shopping>

<https://digitad.ca/optimiser-google-shopping/>

## V. Exercice 5

En quoi consiste le réseau Display ?

Le réseau display ou réseau de contenu sert à diffuser des annonces publicitaires en dehors des moteurs de recherches, bien souvent sur les sites internet. Toutefois, on peut le retrouver aussi sur les applications, YouTube, blogs ou tout emplacement en ligne. Il prend la forme d'une bannière ou d'une image. C'est le plus grand réseau publicitaire au monde (avec une audience de 90% des internautes).

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

Le retargeting. Celui-ci fait partir des buts principaux du réseau display.

Quels sont les différents ciblages possibles ? Quelles sont leurs différences et leurs particularités ?



Il en existe quatre (4) : le ciblage par mot clé, le ciblage par placement et celui par thème/ sujet et le dernier par intérêt (audience d'affinité, audience d'affinité personnalisée, audience d'intention personnalisée).

Le ciblage par placement réside dans le fait de choisir soi-même les sites où l'on souhaite voir apparaître les publicités. Par contre, 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.

Le ciblage de thème/sujet place les pubs traitant un sujet ou thème spécifique sur le site ciblé. Il affiche les publicités sur les sites évoquant le thème des publicités.

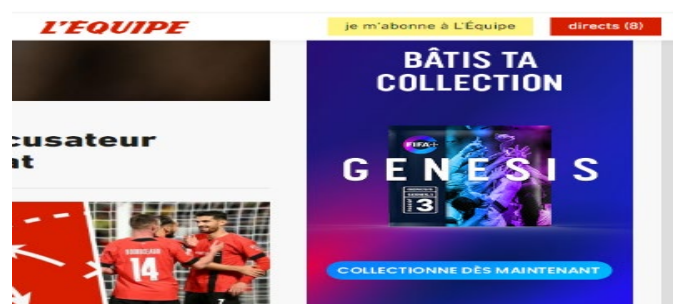
Le ciblage d'intérêt analyse tout simplement les habitudes de navigation de l'internaute et ses intérêts. Il propose les publicités ayant suscité de l'intérêt chez l'internaute sur les sites qu'il visite. Indépendamment du site en question. C'est là, la différence entre ce ciblage et le ciblage par mot clé.

Désactivez votre bloqueur de publicité si vous en avez un, et baladez-vous sur des gros sites comme L'équipe ou Le Monde. Essayez de trouver des publicités Display et proposez- moi 3 publicités différentes.

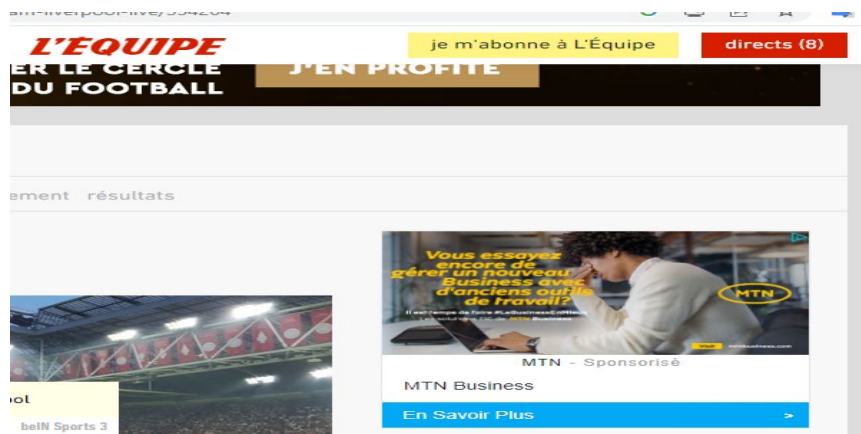
### Ciblage par thème



### Ciblage par placement



Ciblage d'intérêt (MTN est l'un de mes opérateurs mobiles)



## VI. Exercice 6

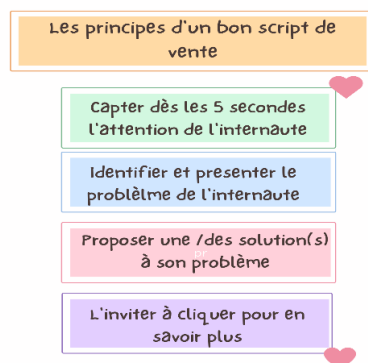
Où apparaissent les vidéos sur le réseau YouTube ?

Ces vidéos apparaissent avant celle que l'internaute a choisie de visionner (pre-roll) ou dans les pages de recherche ou d'accueil ou encore sous forme de vidéo (trueview).

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

Il faut en général 5 secondes.

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



Rendez-vous sur YouTube et essayez d'afficher une publicité en consultant une vidéo.

## VII. Exercice 7

Qu'est-ce que le retargeting ?

Le retargeting ou le reciblage publicitaire en français, est une technique marketing spécialement SEA permettant de cibler les personnes ayant démontré de l'intérêt pour une marque, un produit ou service. Ces personnes peuvent être les visiteurs du site ou de la page web en question. Cette technique s'inscrit dans la même veine de l'inbound marketing. En clair, elle a pour but d'augmenter la notoriété d'une marque ou produit, de générer des leads, d'encourager l'achat ou le rachat, d'augmenter le trafic vers le site de la marque ou du service en question.

## Audience de retargeting

Google Ads

Gestion des audiences

Recherche

Rapports

Outils et paramè...

Actualis...

Aide

Notifications

606-954-4401  
edwigekouadio453@gmail.com

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

Vos segments de données

Segments personnalisés

Segments combinés

Ajouter un filtre

Segments activés

Rechercher

Segmenter

Colonnes

Télécharger

Développer

Nom du segment

Type

État d'appartenance

Tail Réseau de Recher

Taille : YouTube

Taille : Réseau Display

Taille : campagne Gmail

Non utilisée

AdWords optimized list

Combined audience based on available data sources

Segment de combinaison personnalisée Créée automatiquement

Ouvert

Moins de 1 000 Liste trop petite pour diffuser des annonces

Moins de 1 000 Liste trop petite pour diffuser des annonces

Moins de 1 000

Moins de 1 000 Liste trop petite pour diffuser des annonces

display smart

Visiteurs du site Web Basée sur les règles

Ouvert

Ajout de membres...

Ajout de membres...

Ajout de membres...

Ajout de membres...

1 à 2 sur 2

## Campagne de retargeting de display intelligent

Google Ads

Toutes les campagnes > display smart

Recherche

Rapports

Outils et paramè...

Actualis...

Aide

Notifications

606-854-4401

edwiegouadio453@gmail.com

Votre compte ne peut pas diffuser d'annonces - Pour commencer à diffuser des annonces, vous devez saisir vos informations de facturation.

Masquer

En savoir plus

Corriger le problème

Vue d'ensemble

Recommandations

Insights

Groupes d'annonces

Annances et composants

Pages de destination

Audiences

Contenu

Paramètres

● Activée

État :

Type : Display

Budget : 1,00 €/jour

Taux d'optimisation : --

Informations supplémentaires

Groupes d'annonces

7 derniers jours

24 - 25 oct. 2022

Afficher les 30 derniers jours

0

24 oct. 2022

25 oct. 2022

+

+ 1 autre

Ajouter un filtre

Rechercher

Segmenter

Colonnes

Rapports

Télécharger

Développer

Plus

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Groupes d'annonces	État	CPA cible	Conversion:	Coût/conv.	Type de groupe d'annonces	↓ Clics	Impr.	CTR	CPC moy.	Coût
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Ad group 1	Éligible	5,00 €	0,00	0,00 €	Display	0	0	—	—	0,00 €
Total : to...					0,00	0,00 €		0	0	—	—	0,00 €
Total : c...					0,00	0,00 €		0	0	—	—	0,00 €