

#### IV.1 - Exercice 1 :

##### 1) Définition du SEA :

« Plus connu sous l'appellation « référencement payant », le SEA ou Search Engine Advertising désigne la publicité sur les moteurs de recherche. Les entreprises privilégient cette pratique pour bénéficier d'un meilleur positionnement sur des mots-clés définis. Elle permet ainsi de générer du trafic rapidement.

L'annonceur achète des emplacements publicitaires. En SEA, ceci se traduit par l'achat de liens sponsorisés ou de mots-clés. Grâce à ces liens qui redirigent vers le site web, l'entreprise accroît sa notoriété ou fait connaître ses services. »

Source : <https://www.e-marketing.fr/Thematique/search-1294/sea-2229/Breves/SEA-definition-objectifs-et-avantages-381487.htm>

##### 2) les différents réseaux de Google Ads :

Le réseau Search : regroupe les sites Web et les applications liés aux recherches sur lesquels vos annonces peuvent être diffusées.

Le réseau Display : ou GDN (Google Display Network) est le réseau de sites et d'applications de Google. Les annonces sont diffusées en fonction des caractéristiques du persona et selon des horaires précis. Le réseau Display affiche une publicité sur un site partenaire de Google.

##### 3) les spécificités du réseau search :

- Votre entreprise peut apparaître sur les premières pages des résultats des moteurs de recherche
- les annonces apparaîtront lorsque le client potentiel utilise les mots-clés
- Les annonceurs peuvent obtenir rapidement des informations sur l'utilisateur intéressé par leur produit et les tendances sur Internet.
- Vous pouvez contrôler les coûts et le budget et les gérer en fonction des campagnes qui vous intéressent le plus.
- Activer une campagne de Search sur Google vous donne la possibilité de positionner votre site web en peu de temps. De la même manière, il classe également les résultats organiques et les tendances de recherche des utilisateurs.

Les spécificités de réseau display :

- Vous obtenez plus de portée et cela peut à son tour entraîner une augmentation de vos ventes.

- Augmentez la possibilité de générer plus de trafic à partir de prospects très segmentés.
- Ce réseau vous permet de sélectionner les sites sur lesquels vous souhaitez diffuser vos annonces.
- Vous pouvez choisir dans quelles catégories vos annonces seront diffusées.
- Il vous permet d'utiliser des annonces d'affichage et de rich media qui attirent encore plus l'attention des utilisateurs.
- Vous pouvez également utiliser des annonces vidéo et faire du remarketing.
- Il y a des billions de pages vues par jour sur le réseau de Display.

Source : <https://www.antevenio.com/fr/campagnes-search-et-display/>

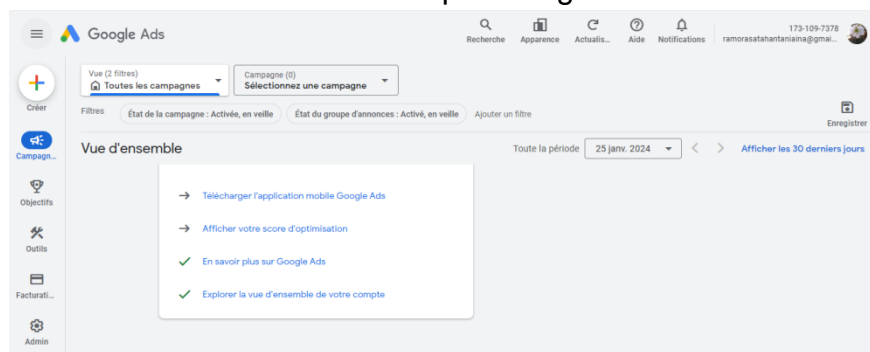
#### 4) Différences entre SEO et SEA

différences	SEO	SEA
Temps passé	Long.	Il suffit de créer une page et de lancer la campagne. Le temps passé par campagne varie selon la concurrence.
Rapidité de positionnement	Long. Il faut compter entre 2 et 6 mois pour voir des résultats vraiment concluants.	Très court. Le positionnement est quasi-immédiat.
Retour sur investissement	Moyen et long terme. Le positionnement avec du temps mais l'entretien est plutôt simple et durable. le trafic n'est pas dépendant de vos investissements dans la pub.	Court terme. Dès la fin de la campagne, l'annonce disparaît des premières places. Le SEA est plus facile à maîtriser que le SEO Vous pourrez aussi tester votre campagne en temps réel et ainsi améliorer vos objectifs Vous obtenez en même temps un grand nombre de données précises ( <i>datas</i> ) sur vos visiteurs.
Budget	En théorie zéro euros. Il suffit simplement de passer du temps.	Coûteux. Plus la concurrence est grossière, plus le budget sera élevé.
Contenu	comprendre les attentes des visiteurs, mais aussi celles des algorithmes. Plus les contenus ne sont pertinents et fournis, mieux ils se positionneront durablement.	Plus les contenus sont pertinents, plus cela réduira le budget des campagnes.
Visibilité	optimise les sites web pour améliorer leur classement. les résultats organiques SEO	participer à des enchères pour afficher une annonce publicitaire en achetant de

	apportent une meilleure image de marque	l'espace et des mots-clés auprès des moteurs de recherche.
L'objectif	est d'apparaître dans la première page de résultats de la SERP ( <i>Search Engine Result Pages</i> )	visible dans le haut de la SERP parmi les autres annonces sponsorisées. Il fait du trafic. Il incite les conversions des prospects.

## IV.2 - Exercice 2 :

### 1- Comment est structuré un compte Google Ads ?



Google Ads est organisé en 5 niveaux :

- le niveau "compte" avec une adresse e-mail, un mot de passe et des informations bancaires uniques.
- le niveau "campagnes" avec son propre budget et de ses propres paramètres qui déterminent les emplacements de diffusion des annonces.
- le niveau "groupes d'annonces" qui contiennent un ensemble d'annonces similaires et de mots clés associés.
- Les mots-clé
- Les annonces

### 2- Comment établir un bon ciblage ?

- Définir le type de ciblage en fonction des objectifs clairs.
- Le budget doit être en adéquation avec le type de ciblage
- Etudier la concurrence pour ajuster le ciblage en conséquence
- Suivre et évaluer les performances pour ajuster le ciblage en conséquence

### 3- Comment bien gérer son budget

10 astuces pour gérer votre budget Google Ads

1. Utilisez les annonces au paiement par clic

2. Définissez vos objectifs pour déterminer votre budget
3. Associez vos comptes Google Ads et Analytics
4. Respectez votre budget
5. Patientez avant d'essayer le Réseau Display de Google
6. Ciblez des zones géographiques spécifiques
7. Ciblez une position inférieure dans les résultats de recherche
8. Essayez les mots clés de longue traîne
9. Créez des campagnes spécifiques
10. Surveillez les résultats et ajustez votre stratégie

Source : [https://ads.google.com/intl/fr\\_fr/home/resources/articles/stretching-your-google-ads-budget/](https://ads.google.com/intl/fr_fr/home/resources/articles/stretching-your-google-ads-budget/)

#### 4- Qu'est-ce que le CPC ?

CPC ou coût par clic est une méthode utilisée par les sites Web pour déterminer le nombre moyen de fois où un annonceur a cliqué sur l'annonce correspondante. Le CPC permet de gérer les budgets et les performances des campagnes.

Formule du CPC :

$$\text{CPC} = \text{Coût total} / \text{Nombre de clics}$$

### IV.3 - Exercice 3 :

1)

Les raquettes de tennis  
 Balles de tennis  
 activité physique  
 équipement de tennis  
 Chaussures pour le tennis  
 Tenue pour le tennis  
 Le tennis et la santé  
 Champions de tennis  
 cours de tennis individuel  
 cours de tennis

2)

<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)
<input checked="" type="checkbox"/>	raquette de t...	10 - 100	0 %	0 %	Faible	—	—
<input checked="" type="checkbox"/>	raquette tenn...	10 - 100	0 %	0 %	Faible	—	—
<input checked="" type="checkbox"/>	balle de tennis	10 - 100	0 %	0 %	Faible	—	—
<input checked="" type="checkbox"/>	dunlop fort a...	10 - 100	0 %	0 %	—	—	—

<input checked="" type="checkbox"/>	raquette wiis...	10 – 100	0 %	0 %	Faible	–	–
<input checked="" type="checkbox"/>	tenue tennis ...	10 – 100	+ ∞	+ ∞	Faible	–	–
<input checked="" type="checkbox"/>	short tennis f...	10 – 100	0 %	-100 %	–	–	–
<input checked="" type="checkbox"/>	dunlop fort	10 – 100	-100 %	-100 %	–	–	–
<input checked="" type="checkbox"/>	tenue tennis ...	10 – 100	0 %	0 %	–	–	–
<input checked="" type="checkbox"/>	tenue tennis ...	10 – 100	0 %	0 %	Faible	–	–
<input checked="" type="checkbox"/>	wilson us op...	10 – 100	0 %	0 %	–	–	–


3)


Mots clés	concurrents
Raquette de tennis	ProTennis
	Sportssystem
	Decathlon
Balles de tennis	Tennis-Point
	Extreme Tennis
	Décathlon
Activité physique	judo
	foot
	Ping pong
équipement de tennis	Tennis Achat
	Décathlon
	Tennis-Point
Chaussures pour le tennis	Décathlon
	Tennis-Point
	Sportssystem
Tenue pour le tennis	Décathlon
	Tennis-Point
	Sportssystem
Champions de tennis	Euronews
	Le Temps
	Les Echos
cours de tennis individuel	Superprof
	Voscours
	Professeurparticulier.com
Cours de tennis	HelloAsso
	FFT
	CEPSUM
Le tennis et la santé	Décathlon
	Doctissimo
	FFT





#### IV.4 - Exercice 4 :

1) le réseau Shopping :ou Google Shopping est la vache à lait de Google.c'est la publication de l'image du produit,le titre et le prix en haut de la page de recherche(SERP) et le nom de la boutique.  
Le réseau shopping est destiné aux annonceurs en e-commerce.

2)

Raquette de tennis	
	<p><a href="#">Pro Staff 97 V13 Raquette De Compétition</a> <a href="#">Consulter &gt;</a></p> <p>227,95 €* · En stock · Marque : Wilson</p> <p>... - 227,95 € - Wilson - Pro Staff - Raquettes de tennis - Raquette de compétition - noir - Désignation de la couleur fabricant: Black/Black - Tamis ...</p> <p><small>* Pour connaître les derniers tarifs et la disponibilité, consultez le site Web. Les images peuvent être soumises à des droits d'auteur. <a href="#">En savoir plus</a></small></p>
Balles de tennis	

	 <p>Australian Open Tube De 4</p> <p>dès 0,05 €</p>	
équipement de tennis		
	<p> Decathlon  <a href="https://www.decathlon.fr">https://www.decathlon.fr</a> › tennis › materiel-tennis ›</p> <h3>Matériel de Tennis</h3> <p>Retrouvez tout le matériel, raquettes, balles, grips, sacs pour la pratique du tennis.</p> <p>Livraison 100% gratuite en magasin Decathlon avec des prix bas toute l'année.</p> <p>★★★★★ Note : 4,5 · 4 286 votes · 4,00 € à 249,00 €</p> <p><a href="#">Raquette de Tennis Adulte</a> · <a href="#">Sacs de tennis</a> · <a href="#">Cordages de tennis</a> · <a href="#">Balles</a></p>	
Chaussures pour le tennis		

	<p><b>LE CHOIX DE NOVAK DJOKOVIC</b></p>  <p>Asics Court FF 3 Novak Australia 2024</p> <p><b>170,95 €</b> <del>190,00 €</del></p>	
	Tenue pour le tennis	
	<p>Vos vêtements de tennis doivent être pratiques mais surtout confortables, pour la pratique de votre sport. Privilégiez une matière élastique pour avoir une meilleure liberté de mouvement lors de vos échanges. Pour une meilleure aération et évacuation de la transpiration, choisissez une matière légère.</p> <p> Decathlon  <a href="https://www.decathlon.fr">https://www.decathlon.fr</a> › tennis › vêtements-de-tennis ›</p> <p><b>Vêtements de Tennis   DECATHLON</b></p>	
	cours de tennis individuel	
	<p> HelloAsso  <a href="https://www.helloasso.com">https://www.helloasso.com</a> › blog › comment-apprendr... ›</p> <p><b>Prendre un cours de tennis : Comment faire ?</b></p> <p>Les bonnes raisons de prendre un <b>cours de tennis</b> : Vous aurez une meilleure coordination grâce au tennis · Le tennis améliore votre système cardiovasculaire.</p> 	
	Cours de tennis	





3)

Optimiser le produit :

Avoir un mot clé spécifique bien ciblé dans le titre avec le mot clé principal, la description avec d'autres mots clé, fournir des informations détaillées (avantages, promesses, réductions...) pour que Google apporte l'audience qualifiée qui va acheter :

Image produit ; avoir toujours des produits en action pour se démarquer.

Rester sur une stratégie d'alignement pour les tarifs

Optimiser la page produit : ce que le client voit.

Avoir une belle offre et différents moyens de paiement.

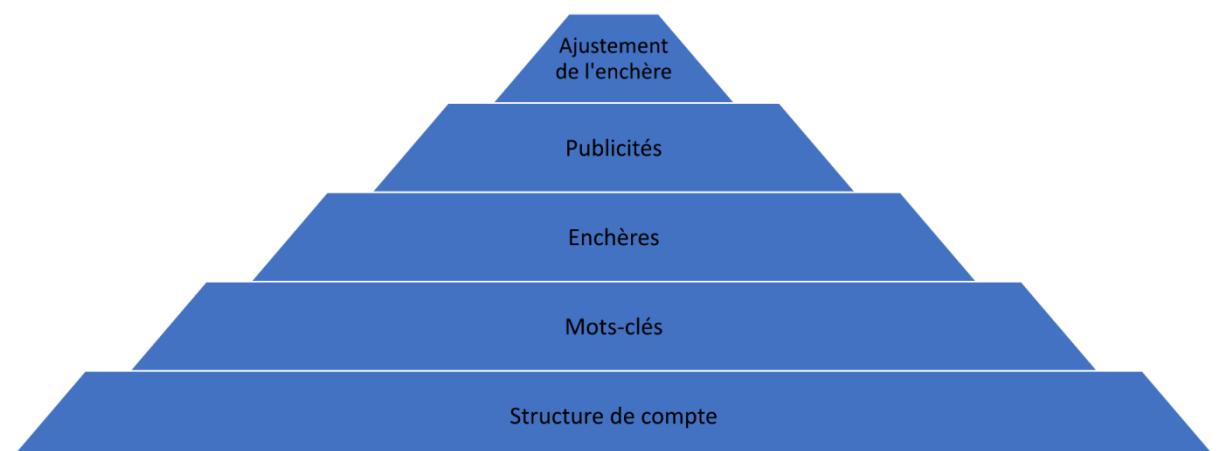
Recibler les clients avec des emails marketing et retargeting.

le produit est repris de la boutique Shopify, puis reliée à Google Ads par l'intermédiaire du GMC (Google Merchant Center), Google le liste en haut de la page pour sa visibilité et optimiser le nombre de clic. L'annonceur paie le coût par clic (CPC). Taux de conversion élevé.

4)

optimiser une campagne google shopping

Selon le cours :



Tout part de la base, la structure du compte. Il faut s'assurer que le compte dispose de campagnes distinctes, avec des groupes d'annonces distincts dedans, des enchères adaptées et cohérentes avec les mots-clés ciblés.

Le deuxième étage de la pyramide concerne les mots-clés. Il faut s'assurer que les mots-clés ciblés sont cohérents et surtout qu'ils rapportent de l'argent. Si ce n'est pas le cas, il faut absolument trier et exclure ces mots-clés en changeant le titre et la description de la page.

Le troisième étage concerne les enchères.

Le quatrième étage concerne les publicités

Enfin, le dernier étage vient ponctuer l'optimisation. On parle d'ajustement de l'enchère car c'est à ce niveau qu'il faut opérer des changements afin de profiter au maximum d'une annonce ou d'un mot-clé qui performe.

Si un mot-clé présente de bons résultats, il faut augmenter le budget dessus.

## Exercice 5

1- Le réseau Display consiste à faire de la publicité hors des moteurs de recherches mais sur des sites web (les sites internet, les applications mobiles, YouTube, forums...) avec des images et vidéos .Il a une audience de plus de 90% d'internautes.

2- Le retargeting crée de l'intérêt et de la curiosité grâce aux publicités visuelles pour cibler les prospects ayant déjà montré un intérêt pour le produit. Cela permet de relancer le prospect afin de le convaincre.

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

ciblage	Différences	particularités
Mot clé	Google choisit selon les motscles les sites sur lesquels l'annonce apparaîtra	consiste à cibler des prospects ou des clients existants en leur présentant leur produit ou service sur des sites web à condition qu'ils aient tapé un mot-clé dans un moteur de recherche.annonceurs la possibilité de créer

		<p>et diffuser des publicités ciblées à partir d'informations collectées à partir du comportement en ligne des utilisateurs.</p> <p>Le coût du reciblage mots clés dépend généralement du nombre d'utilisateurs visés et du type de publicité choisi (bannière, message instantanée, etc.)</p>
thème	de placer des publicités sur des sites qui traitent d'un thème en particulier.	Ce ciblage est très intéressant lorsqu'il faut toucher un grand nombre de personnes
la méthode du placement	choisir soi-même les sites où l'on souhaite voir apparaître les publicités.	Ce reciblage permet d'adapter au mieux les messages
intérêt	Contrairement au permet d'afficher la publicité sur un site qui n'a rien à voir avec le contexte	<p>Google tracke les intérêts de l'internaute</p> <p>3 types de ciblage par intérêt :</p> <p>Les audiences d'affinité (un ciblage axé autour de ce qu'un visiteur aime)</p> <p>Les audiences d'affinité personnalisées (plusieurs intérêts mélanges)</p> <p>Les audiences d'intention personnalisées (une intention d'achat)</p>

4)

Le Monde :



### Yamaha TRBX174

#### Une basse qui sonne bien

Elle est confortable, simple d'emploi, et ses qualités acoustiques sont remarquables pour son prix.

[Acheter sur Thomann](#)

[Acheter sur Amazon](#)

[Acheter sur Woodbrass](#)

Au moment de la publication, le prix était de 269€

#### LE MEILLEUR CHOIX



### Alesis Prestige

#### Le meilleur rapport qualité prix pour débuter

L'Alesis Prestige trône sur la première place du podium grâce à la qualité de sa fabrication, sa polyvalence et sa richesse sonore. Ce piano numérique d'entrée de gamme a réuni tous les suffrages.

[Acheter sur Thomann](#)

[Acheter sur Woodbrass](#)

[Acheter sur Fnac](#)

Au moment de la publication, le prix était de 422€

## L'Equipe :

Nintendo Switch

### 5 jeux Nintendo Switch à moins de 37€ pour les amateurs de sport



### Top 4 des meilleures lunettes pour cycliste en 2024



Top 4 des meilleures lunettes pour cycliste en 2024



#### Exercice 6 :

1) Les vidéos apparaissent avant la vidéo que l'internaute choisit de visionner (Pre Roll). Elles peuvent également être affichées dans les pages de résultats de YouTube, dans la page d'accueil, ou encore sous une vidéo (TrueView).

2) En général, c'est une vidéo assez courte et dont les 5 premières secondes sont censées être impactantes pour convaincre l'internaute de la regarder entièrement.

3) Les principes d'un bon script de vente

Capter l'attention en 5 secondes maximum ; en s'adressant  
brutalement présenter le vrai problème avec une phrase d'accroche  
toujours en s'adressant directement à l'internaute  
Promettre que votre produit va résoudre le problème  
Le Call to action

4)

Partager un aperçu de vos annonces



Le lien affichera l'aperçu actuel. Si vous effectuez d'autres modifications, vous devrez créer un autre lien pour les appliquer.

[https://ads.google.com/aw\\_cm/ExternalPreview?ocid=15979103...](https://ads.google.com/aw_cm/ExternalPreview?ocid=15979103...)

Copier  
le lien

Aperçu de votre annonce sur YouTube

#### Exercice 7 :

1) le retargeting permet de relancer le prospect afin de le convaincre. Il cible des personnes ayant déjà cliqué sur l'annonce ou ayant déjà visité le site web.

