

Google adwords Google ad sense

Quelle démarche suivre ?

MON SITE INTERNET

```
graph TD; A[MON SITE INTERNET] --> B([FAIRE CONNAÎTRE<br/>MON SITE<br/>COMMUNIQUER<br/>GOOGLE AD WORDS]); A --> C([GAGNER DE<br/>L'ARGENT<br/>ACCUEILLIR DES<br/>PUBLICITES<br/>GOOGLE AD SENSE]);
```

FAIRE CONNAÎTRE
MON SITE
COMMUNIQUER
GOOGLE AD WORDS

GAGNER DE
L'ARGENT
ACCUEILLIR DES
PUBLICITES
GOOGLE AD SENSE

Faire connaître son site

Google Ad Words

- Deux étapes
 - Analyser les mots clés tapés sur les moteurs de recherche et qui aboutissent à une visite sur son site
 - Analyser les mots clés du secteur d'activité sur lequel je souhaite me positionner
- Analyse du comportement du consommateur et de la concurrence via Google Suggest, Google Insight et l'outil Alexa
- Détermination des mots clés et de leur coût grâce à Google Ad words
- Choix des supports sur le réseau display via Google Ad planner

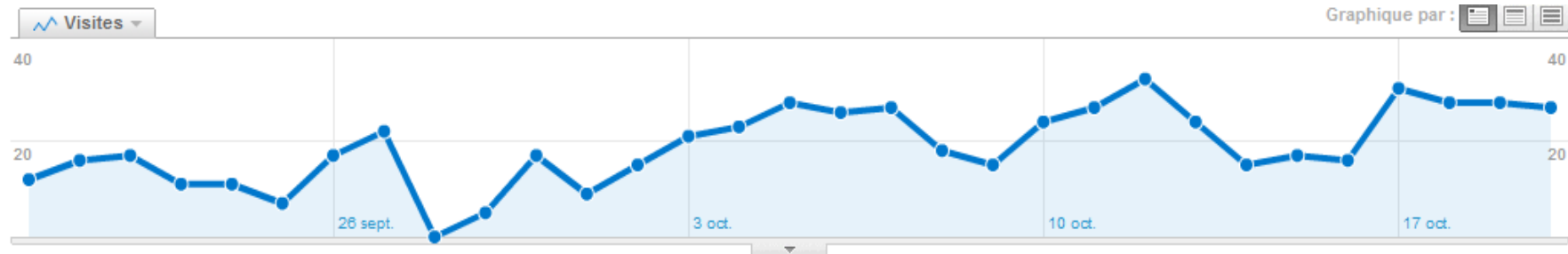
Faire connaître son site

Google Ad Words

- **Deux étapes**
 - Analyser les mots clés tapés sur les moteurs de recherche et qui aboutissent à une visite sur son site
 - Analyser les mots clés du secteur d'activité sur lequel je souhaite me positionner
- Analyse du comportement du consommateur et de la concurrence via Google Suggest, Google Insight et l'outil Alexa
- Détermination des mots clés et de leur coût grâce à Google Ad words
- Choix des supports sur le réseau display via Google Ad planner

Analyser les mots clés amenant à mon site

- Intention des visiteurs qui viennent sur mon site
- Mots clés sur lesquels mon site est bien référencé



La recherche a généré un Au total de 587 visites via 426 mots clés.

Afficher : Avec les résultats naturels | **Au total** | Avec les liens commerciaux

Fréquentation du site

Ensemble d'objectifs 1

Type d'affichage :

Visites

587

Total du site (en %) : 80,08 %

Pages par visite

2,32

Moyenne du site : 2,54 (-8,78 %)

Temps moyen passé sur le site

00:02:37

Moyenne du site : 00:02:59 (-12,59 %)

Nouvelles visites (en %)

72,40 %

Moyenne du site : 73,12 % (-0,99 %)

Taux de rebond

67,63 %

Moyenne du site : 64,26 % (5,25 %)

	Mot clé	Aucun	Visites ↓	Pages par visite	Temps moyen passé sur le site	Nouvelles visites (en %)	Taux de rebond
1.	maria mercanti guerin		48	3,17	00:03:56	22,92 %	37,50 %
2.	"maria mercanti-guérin"		21	8,43	00:25:29	0,00 %	33,33 %
3.	maria mercanti-guérin		13	6,00	00:06:24	69,23 %	0,00 %
4.	rapport de titularisation		11	1,64	00:02:43	90,91 %	54,55 %
5.	communication bancaire		9	1,56	00:00:59	100,00 %	55,56 %
6.	fusion daimler chrysler		7	1,43	00:00:57	100,00 %	71,43 %
7.	méthodologie mémoire master		6	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
8.	maria mercanti		5	8,40	00:08:21	60,00 %	0,00 %
9.	méthodologie du mémoire de master		4	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
10.	source de la littérature des thèses		4	1,75	00:00:46	0,00 %	75,00 %

ALLER DANS PARAMETRES DU COMPTE PUIS
GOOGLE ANALYTICS, SOURCE DE TRAFIC,
MOTS CLES

Analyser les mots clés qui mènent les internautes à votre site

- Quels mots clés génèrent les meilleurs indicateurs ?
 - Taux de rebond
 - Temps par visite
 - Pages par visite
 - Nouveaux visiteurs (en %) conquête
- Visualiser sa longue traîne
 - Recherche des mots clés générant peu de trafic mais ayant du potentiel
- Faire une distinction entre trafic de récupération et trafic de catégorie
 - Trafic de récupération : visiteurs qui connaissent déjà votre marque, votre site
 - Trafic de catégorie : visiteurs qui ne connaissent pas votre marque mais cherchent des informations sur

La recherche a généré un Au total de 587 visites via 426 mots clés.

Afficher : Avec les résultats naturels | Au total | Avec les liens commerciaux

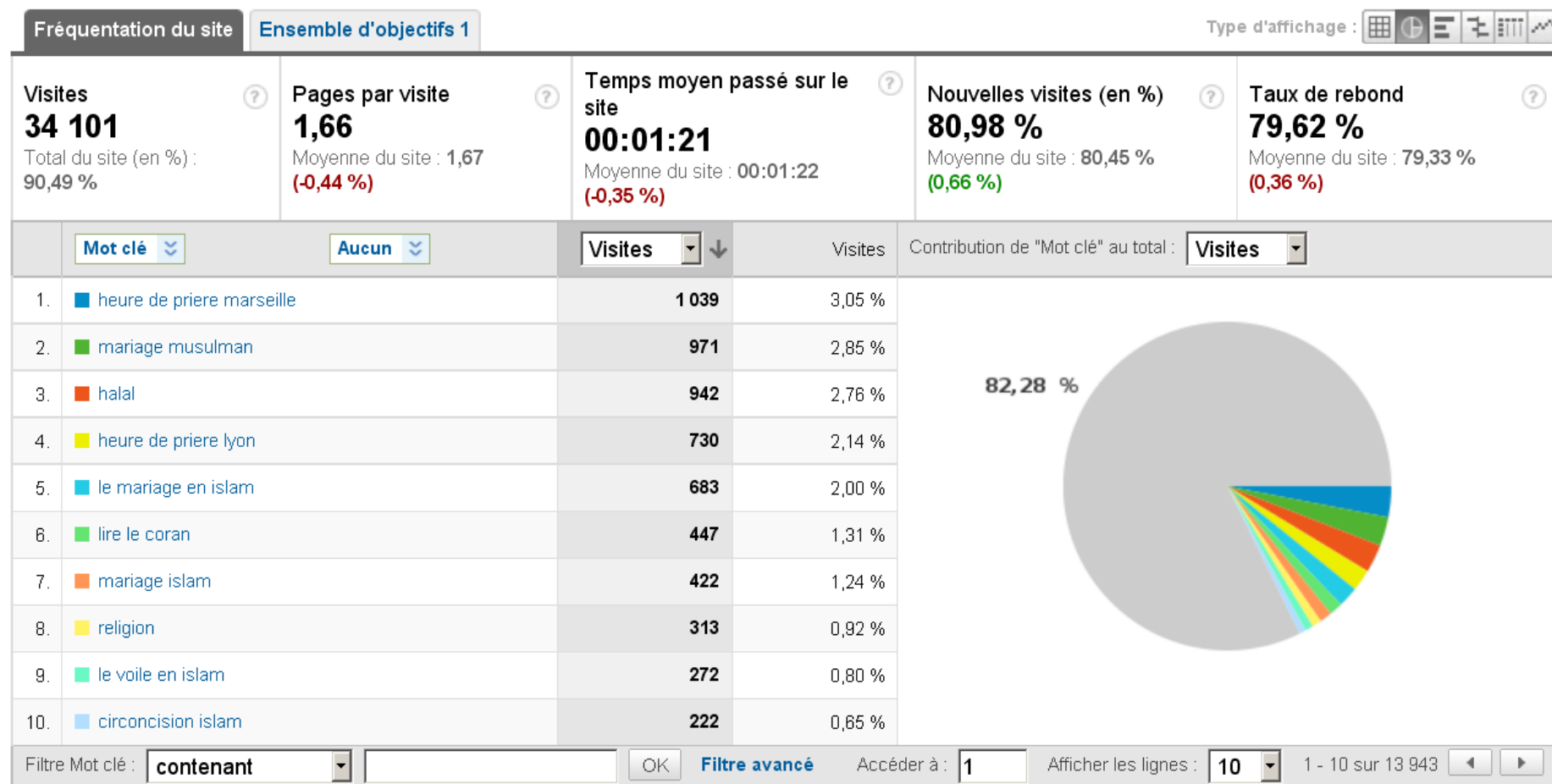
Fréquentation du site		Ensemble d'objectifs 1		Type d'affichage :	
Visites	?	Pages par visite	?	Temps moyen passé sur le site	?
587		2,32		00:02:37	
Total du site (en %) : 80,08 %		Moyenne du site : 2,54 (-8,78 %)		Moyenne du site : 00:02:59 (-12,59 %)	
Nouvelles visites (en %)		Taux de rebond		?	
72,40 %		67,63 %			
Moyenne du site : 73,12 % (-0,99 %)		Moyenne du site : 64,26 % (5,25 %)			
Mot clé	Aucun	Visites	↓	Performances de Mot clé : Visites	
1. maria mercanti guerin		48		8,18 %	
2. "maria mercanti-guérin"		21		3,58 %	
3. maria mercanti-guérin		13		2,21 %	
4. rapport de titularisation		11		1,87 %	
5. communication bancaire		9		1,53 %	
6. fusion daimler chrysler		7		1,19 %	
7. méthodologie mémoire master		6		1,02 %	
8. maria mercanti		5		0,85 %	
9. méthodologie du mémoire de master		4		0,68 %	
10. revue de la littérature des theories de la persuasion publicitaire		4		0,68 %	

PERFORMANCES DES
MOTS CLES PAR VISITE
OU AUTRE

La longue traine...

La recherche a généré un **Au total de 34 101 visites via 13 943 mots clés.**

Afficher : [Avec les résultats naturels](#) | [Au total](#) | [Avec les liens commerciaux](#)

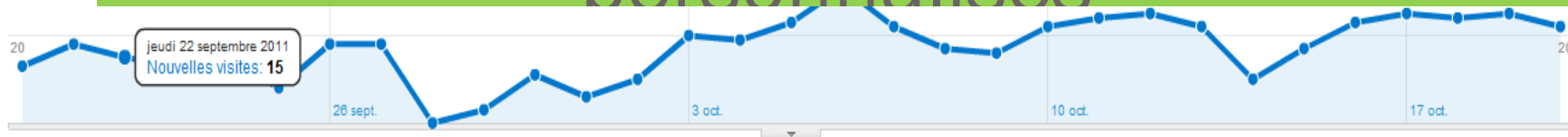


Trafic de catégorie versus trafic de récupération

CATEGORIE	MOT CLE	RECHERCHES
Habillement	Chaussures Cravate Pantalon	234
Ameublement	Commode Canapé Etagère	500
Total		734

Tiré de Web Analytics,
Malo et Warren

Pour conclure...Création de rapports personnalisés



La variable personnalisée a généré 534 Nouvelles visites via 447 types de visiteurs + mots clés.

visiteurs Type d'affichage :

Nouvelles visites 534 Total du site (en %) : 100,00 %	Visiteurs uniques 561 Total du site (en %) : 100,00 %	Nouvelles visites (en %) 72,85 % Moyenne du site : 72,85 % (0,00 %)	Temps moyen passé sur la page 00:01:56 Moyenne du site : 00:01:56 (0,00 %)
---	---	---	--

Type de visiteur	Mot clé	Nouvelles visites ↓	Visiteurs uniques	Nouvelles visites (en %)	Temps moyen passé sur la page
1. New Visitor	(not set)	109	109	100,00 %	00:01:11
2. New Visitor	maria mercanti guerin	11	11	100,00 %	00:01:08
3. New Visitor	rapport de titularisation	10	10	100,00 %	00:03:44
4. New Visitor	maria mercanti-guerin	9	9	100,00 %	00:01:03
5. New Visitor	communication bancaire	9	9	100,00 %	00:01:46
6. New Visitor	fusion daimler chrysler	7	7	100,00 %	00:02:14
7. New Visitor	méthodologie mémoire master	6	6	100,00 %	00:00:00
8. New Visitor	méthodologie du mémoire de master	4	4	100,00 %	00:00:00
9. New Visitor	maria mercanti	3	3	100,00 %	00:00:23
10. New Visitor	dossier titularisation	3	3	100,00 %	00:03:11

Filtre Type de visiteur : contenant
 Accéder à : 1 Afficher les lignes : 10 1 - 10 sur 447

ONGLET, création de rapports personnalisés

Personnaliser en s'intéressant à ce que l'on cherche

Google Analytics

Nouvelle version | maria.mercanti

Paramètres Google Analytics | Affichage des rapports : www.mariamercantiguerin.e-monsite.com

Mes comptes

Vue d'ensemble des rapports personnalisés » Créer un rapport personnalisé

type à filtrer

☐ Vue Liste

Statistiques

- Fréquentation du site
- Contenu
- Objectifs
- Commerce électronique
- Publicité

Dimensions

- Visiteurs
- Sources de trafic
- Contenu
- Commerce électronique
- Systèmes

Faites glisser les statistiques dans les zones bleues correspondantes et les variables dans les zones vertes.

Titre personnalisé 21 octobre 2011 [modifier](#)



Onglet Nouveau [modifier](#) + Ajouter un onglet

statistique

statistique

statistique

statistique

statistique

statistique

statistique

Variable : dimensions

1.

2.

Sous-variable

Actions, source Malo et Warren

- Optimiser le contenu et la structure des pages en mettant en avant les mots clés et expressions souhaitées
 - Regarder notamment le taux de rebond
- Mettre en place des actions d'achat de mots clés payants (souvent génériques)
- Suivre les tendances des mots clés

La recherche a genere un Au total de 587 visites via 604 mots cles.

Afficher : Avec les résultats naturels | Au total | Avec les liens commerciaux

Fréquentation du site

Ensemble d'objectifs 1

Type d'affichage :

Visites

587

Préc. : 285 (105,96 %)

Pages par visite

2,32

Préc. : 1,84 (26,35 %)

Temps moyen passé sur le site

00:02:37

Préc. : 00:01:42 (54,44 %)

Nouvelles visites (en %)

72,40 %

Préc. : 76,49 % (-5,35 %)

Taux de rebond

67,63 %

Préc. : 70,18 % (-3,62 %)

	Mot clé	Aucun	Visites ↓	Pages par visite	Temps moyen passé sur le site	Nouvelles visites (en %)	Taux de rebond
1.	maria mercanti guerin						
	20 septembre 2011 - 20 octobre 2011		48	3,17	00:03:56	22,92 %	37,50 %
	20 août 2011 - 19 septembre 2011		15	3,73	00:06:26	46,67 %	13,33 %
	Modification (en %)		220,00 %	-15,18 %	-38,82 %	-50,89 %	181,25 %
2.	"maria mercanti-guérin"						
	20 septembre 2011 - 20 octobre 2011		21	8,43	00:25:29	0,00 %	33,33 %
	20 août 2011 - 19 septembre 2011		9	2,33	00:03:15	11,11 %	22,22 %
	Modification (en %)		133,33 %	261,22 %	684,95 %	-100,00 %	50,00 %
3.	maria mercanti-guérin						
	20 septembre 2011 - 20 octobre 2011		13	6,00	00:06:24	69,23 %	0,00 %

UTILISER L'ONGLET
COMPARAISON

Overview »

Mots clés

20 sept. 2011 - 20 oct. 2011

Comparaison avec : 20 août 2011 - 19 sept. 2011



Faire connaître son site

Google Ad Words

- Deux étapes
 - Analyser les mots clés tapés sur les moteurs de recherche et qui aboutissent à une visite sur son site
 - Analyser les mots clés du secteur d'activité sur lequel je souhaite me positionner
- **Analyse du comportement du consommateur et de la concurrence via Google Suggest, Google Insight et l'outil Alexa**
- Détermination des mots clés et de leur coût grâce à Google Ad words
- Choix des supports sur le réseau display via Google Ad planner

Analyse du comportement du consommateur

- Google suggest

The screenshot shows the Google.fr homepage with the search bar containing the word "Livres". A dropdown menu is visible, suggesting related search terms: "livres hebdo", "livres", "livres d'occasion", "livres audio", "livres occasion", "livres rares", "livres gratuits", "livres anciens", "livres euros", and "livres en ligne". The page layout includes a left sidebar with "AJOUTER GADGETS" and a list of services like "Accueil", "Sudoku", "Google Actualités", etc. The main content area features "Google Scholar Citation Counter", "Google Traduction", and "Recherche avec Google Maps". The bottom of the screen shows a taskbar with various application icons and a system tray with the date and time (14:43, 21/10/2011).

Analyse du comportement du consommateur (2)

Google Tendances des recherches

maria.mercanti@gmail.com | [Mon compte](#) | [Aide](#) | [Déconnexion](#) | [Français](#) ▼

+1

Comparer par	Termes de recherche	Filtre
<input checked="" type="radio"/> Termes de recherche <input type="radio"/> Lieux <input type="radio"/> Périodes	<small>Conseil : Pour indiquer OU, ajoutez le signe plus (tennis + squash).</small> <ul style="list-style-type: none">Tous les termes de recherche + Ajouter un terme de recherche	Recherche sur le Web ▼ Dans tous les pays ▼ De 2004 à ce jour ▼ Toutes les catégories ▼
		<input type="button" value="Rechercher"/>

Découvrez ce que les internautes du monde entier recherchent

Grâce à Google Tendances des recherches, vous pouvez comparer les tendances des volumes de recherche par région, catégorie, période et site Google. Consultez des [exemples](#) d'utilisation de Google Tendances des recherches.



Catégories

Limitez les données à des catégories spécifiques telles que finance, santé et sports.

Exemples : [Poker dans la catégorie Jeux](#) | [Catégorie Voyage pour la France sur les 12 derniers mois](#)



Saisonnalité

Anticipez la demande dans votre secteur d'activité. Vous pourrez ainsi définir une stratégie et un budget appropriés.

Exemples : [Hôtels en 2008, 2007, etc](#) | [Tour de France, 2008, 2007, 2006, etc.](#)



Distribution géographique

Sachez où trouver vos clients. Observez la répartition du volume des recherches dans les différentes villes et régions.

Exemples : [Ski FR vs BR](#) | [Métro Paris, Alsace, Centre, PACA](#)



Services

Consultez les tendances des recherches sur d'autres sites Google.

Exemples : [Nicolas Sarkozy vs Michael Jackson dans les recherches d'actualités depuis 2008](#) | [Tendances des recherches d'actualités sur les 30 derniers jours en FR](#)

Autres exemples

[Shiraz, Syrah, Merlot](#)

[Crise financière](#)

[Grippe](#)

[Beatles, Elvis](#)

[Firefox, Internet Explorer, Safari, Opera](#)

[Chrome](#)

[perl, python, ruby, php](#)

[Bleu, Rouge, Jaune, Vert](#)

[Séisme](#)

[Ouragan Katrina, prix de l'essence](#)

[Facebook, Orkut, Myspace, hi5](#)

[Facebook](#)

[Glace au chocolat, Glace à la vanille](#)

GOOGLE TENDANCES DES
RECHERCHES DIT AUSSI
GOOGLE INSIGHT

Comparer par	Termes de recherche	Filtre
<input checked="" type="radio"/> Termes de recherche <input type="radio"/> Lieux <input type="radio"/> Périodes	Conseil : Pour indiquer OU, ajoutez le signe plus (tennis + squash). <input type="text" value="sport"/> + Ajouter un terme de recherche	Recherche sur le Web ▼ France ▼ Toutes les régions ▼ Les 12 derniers mois ▼ <input type="text" value="Commerce"/> ▼
		<input type="button" value="Rechercher"/>

Recherche sur le Web : intérêt pour sport

France, Les 12 derniers mois

[Toutes les catégories](#) > Commerce

Sous-catégories : [Marketing et publicité \(10 - 25 %\)](#), [Ressources humaines \(10 - 25 %\)](#), [autres...](#)

Totaux ?

sport 81

⚠ La fonctionnalité de détermination de la position géographique a été améliorée. Cette mise à jour a été appliquée de façon rétroactive à partir du 01/01/2011. [En savoir plus](#)

⚠ Moins de 10 % des recherches contenant vos termes de recherche appartiennent à la catégorie Commerce. [En savoir plus](#)

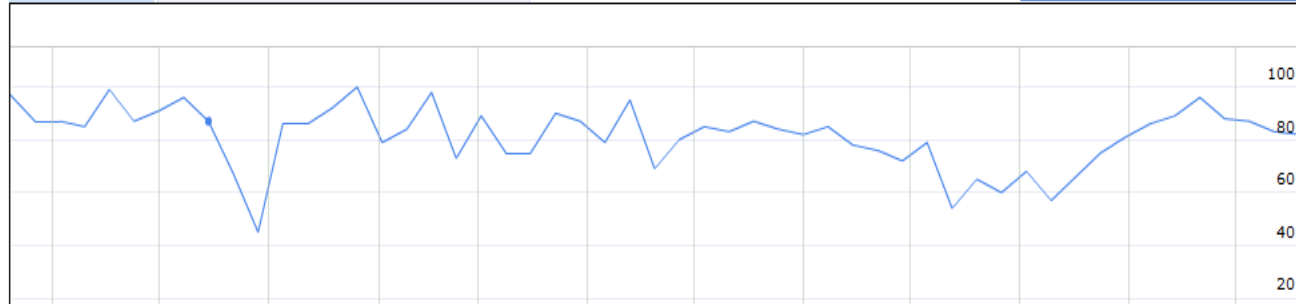
Évolution de l'intérêt pour cette recherche

☐ Prévisions ?

☐ Titres des actualités ?

Niveau d'intérêt Croissance relative à la catégorie Commerce

[Découvrir ce que représentent ces chiffres](#)



DETERMINER TYPE DE MOT,
CATEGORIE etc...

Termes de recherche


Recherches les plus fréquentes

1.	livre	100
2.	fnac livres	90
3.	fnac	85
4.	livres euros	30
5.	livres anciens	25
6.	achat livres	20
7.	amazon livres	20
8.	librairie	20
9.	livres occasion	20
10.	vente livres	20

 [Intégrer ce tableau](#)

Recherches en progression

1.	google livres	+950 %
2.	france loisirs livres	+500 %
3.	france loisirs	+450 %
4.	fnac livres	+140 %
5.	fnac	+130 %
6.	livres euros	+120 %
7.	livres audio	+90 %
8.	livres sterling	+80 %
9.	la fnac livres	+70 %
10.	la fnac	+60 %

 [Intégrer ce tableau](#)

Google Insight

détermine la relativité en examinant
les recherches ayant été effectuées
par un groupe important d'internautes
avant et après le terme de recherche spécifié

AMAZON prototypique du livre mais moins que FNAC

Aucun n'est prototypique des DVD et Jeux Vidéos

Google Books +950% de croissance

Analyse de la concurrence

L'utilisation d'Alexa

A METTRE SUR SA
BARRE D'OUTIL

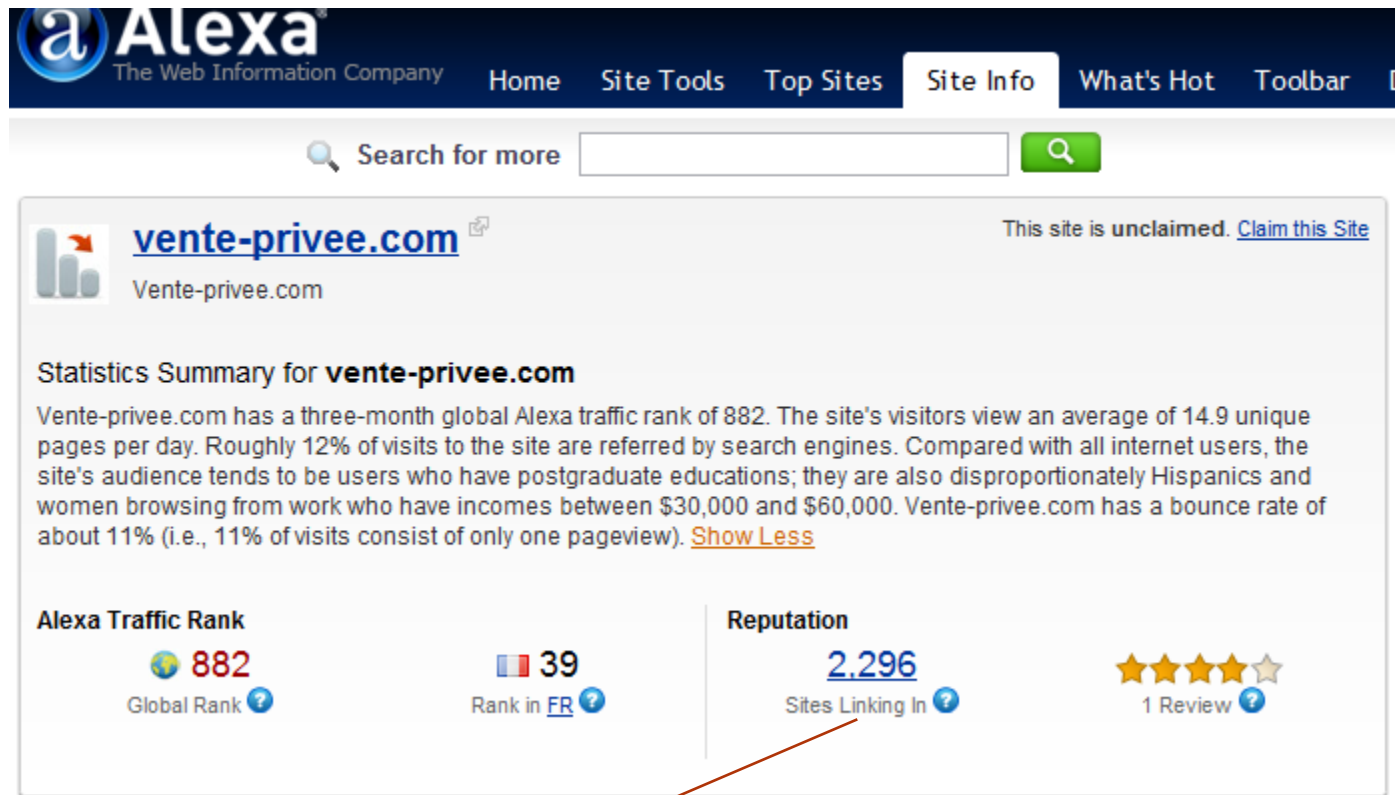
The screenshot shows a web browser window with the URL vente-privee.com. The page features a blue header with the site logo and a login section titled "Accès membre" with fields for "Email" and "Mot de passe". Below this is a promotional banner for "MANU KATCHE" with the text "Devenez membre avec Manu Katché, et découvrez le premier album d'Alan Corbel." The footer contains navigation links: "MOT DE PASSE OUBLIÉ ?", "DEVENIR MEMBRE", "QUI SOMMES-NOUS ?", "CGV", "PRESS ROOM", and "CARRIERES".

Overlaid on the right side of the browser window is the Alexa toolbar for vente-privee.com. The toolbar displays the following information:

vente-privee.com	
Alexa Traffic Rank: 882	Traffic Rank in FR: 39
1 Review (5 stars)	2,296 Sites Linking In
Search Analytics Top queries driving traffic to vente-privee.com	Wayback Machine See how vente-privee.com looked in the past
Related Links <ul style="list-style-type: none">Voyage PrivéVentas privadas, ropa cShowroomprive	Fast (1.193 Seconds) 60% of sites are slower Average Load Time

The browser's taskbar at the bottom shows several open PDF files: "WP5-GUIDE-DL....pdf", "Programme IRE....pdf", and "Programme IRE....pdf". The system clock in the bottom right corner indicates the date and time: "FR 15:30 21/10/2011".

Une vision par site (1)



The screenshot shows the Alexa website interface. At the top is the Alexa logo and navigation links: Home, Site Tools, Top Sites, Site Info, What's Hot, and Toolbar. Below the navigation bar is a search bar with the text "Search for more" and a green search button. The main content area displays the website "vente-privee.com" with its logo and a link to "Vente-privee.com". To the right of the site name, it says "This site is unclaimed. Claim this Site". Below this is a "Statistics Summary for vente-privee.com" section. The summary text states: "Vente-privee.com has a three-month global Alexa traffic rank of 882. The site's visitors view an average of 14.9 unique pages per day. Roughly 12% of visits to the site are referred by search engines. Compared with all internet users, the site's audience tends to be users who have postgraduate educations; they are also disproportionately Hispanics and women browsing from work who have incomes between \$30,000 and \$60,000. Vente-privee.com has a bounce rate of about 11% (i.e., 11% of visits consist of only one pageview). Show Less". Below the summary text are two columns of statistics. The left column is titled "Alexa Traffic Rank" and shows a "Global Rank" of 882 with a globe icon and a question mark. The right column is titled "Reputation" and shows a "Rank in FR" of 39 with a French flag icon and a question mark, and a "Reputation" score of 2.296 with a "Sites Linking In" of 1 and a "1 Review" with a star icon and a question mark. An orange oval with the word "IMPORTANT" and an arrow points to the "Reputation" section.

Alexa
The Web Information Company

Home Site Tools Top Sites Site Info What's Hot Toolbar

Search for more

vente-privee.com
Vente-privee.com

This site is unclaimed. [Claim this Site](#)

Statistics Summary for vente-privee.com

Vente-privee.com has a three-month global Alexa traffic rank of 882. The site's visitors view an average of 14.9 unique pages per day. Roughly 12% of visits to the site are referred by search engines. Compared with all internet users, the site's audience tends to be users who have postgraduate educations; they are also disproportionately Hispanics and women browsing from work who have incomes between \$30,000 and \$60,000. Vente-privee.com has a bounce rate of about 11% (i.e., 11% of visits consist of only one pageview). [Show Less](#)

Alexa Traffic Rank

Global Rank **882**

Reputation

Rank in **FR** **39**

Sites Linking In **2.296**

1 Review

IMPORTANT

Une vision par site (2)

ANALYSE DES
REQUETES
IMPORTANTE
POUR VENTES
PRIVEES

Product Info Reviews Related Links Clickstream

Top Queries from Search Traffic

The top queries driving traffic to vente-privee.com from search engines. Updated monthly.

Query	Percent of Search Traffic
1 vente privee	58.54%
2 vente privée	16.44%
3 ventes privées	4.69%
4 venteprivee	3.03%
5 vente-privee.com	2.70%
6 ventes privees	1.56%
7 vente prive	1.54%
8 vente privé	1.44%
9 vente	0.67%
10 ventes privees.com	0.47%

High Impact Search Queries for Vente-privee.com

Query	Impact
1 vente	High
2 privee	High
3 ventes	Medium
4 vente-privee.com	Medium
5 vente prive	Low
6 ventes privees.com	Low
7 paloma de la vega	Low

[View the complete Search Analytics](#)

Annonces Google

[Vente privee de parfums](#)

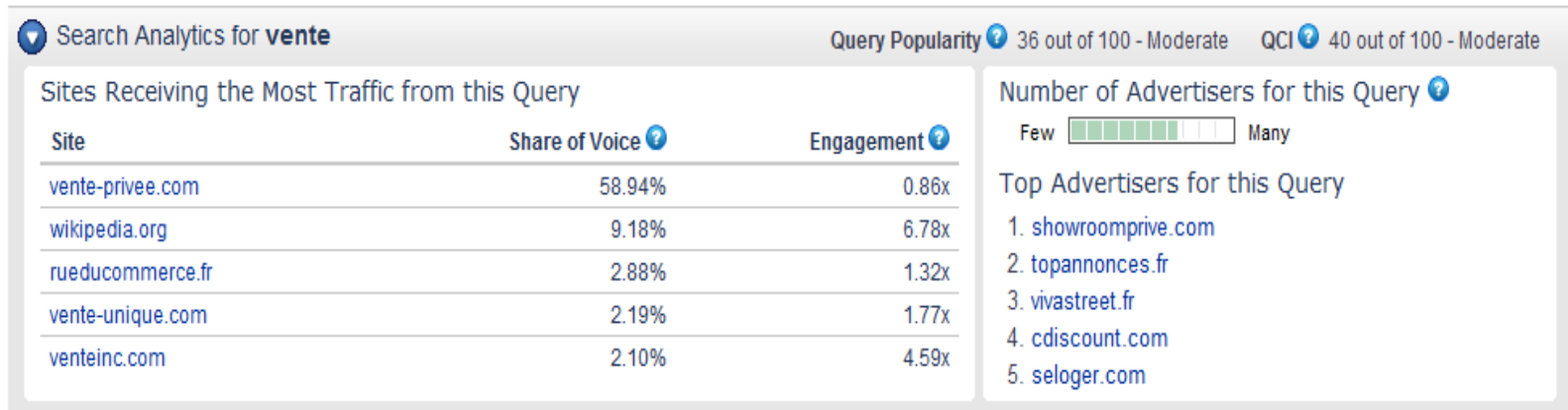
Jusqu'à - 65% sur les cosmétiques et produits dédiés à la beauté !

www.beauteprivee.fr

Je choisis de
cliquer sur vente

Une vision par site (3)

Related Searches: [vente privée](#), [vente privée](#), [vente privé](#), [vente prive](#), [brands4friends](#)



Share of voice : part de voix/ 58,9% des recherches « vente » vont sur vente-privée.com

Engagement : temps passé sur le site via le mot vente ramené à la moyenne du temps passé sur l'ensemble des sites via le mot vente

Query popularity : sur une échelle de 100, fréquence de recherche du mot vente

Query competition index : sur une échelle de 100, nombre de pubs utilisant le mot vente

Savoir retraiter ces données

Requête représentative des types de produits vendus par Amazon et Fnac (recherche France)	Nombre d'alternatives ou sites vendeurs	Indicateur de pression publicitaire sur 100/ nombre de publicités portant sur le mot clé, pression classée en trois catégories (pression publicitaire faible, moyenne, forte)	Popularité de la recherche sur 100/ indicateur de fréquence de recherche du mot clé classé en trois catégories (popularité faible, moyenne, forte)
Livres	1319	73, pression forte	36, popularité faible
DVD	1043	59, pression modérée	61, popularité modérée
Musique	5114	39, pression modérée	49, popularité modérée
Jeux vidéos	923	12, pression faible	45, popularité modérée
TV	2202	36, pression moyenne	69, popularité forte

Une vision par site (4)



ATTENTION
CERTAINS S'ATTAQUENT AU NOM
DE LA MARQUE (cf showroomprive)

Une vision par site (4)

Search Traffic on the Rise and Decline

The top queries from search engines driving relatively more/less traffic to vente-privee.com in the current month than the previous month. Updated monthly.

Search Query	1 Month Increase ?
1 vente privee	1.12%
2 vente-privee.com	0.39%
3 ventes privees.com	0.22%
4 vente privé	0.17%
5 vente privées	0.16%
6 vente privee com	0.15%
7 venteprivee	0.09%
8 ventes privés	0.08%
9 ve te privee	0.07%
10 vertbaudet	0.05%

Search Query	1 Month Decline ?
1 vente privée	3.03%
2 ventes privées	0.25%
3 venteprivee	0.14%
4 vente privee.com	0.08%
5 vente privée.com	0.07%
6 vente prive	0.05%
7 hotmail	0.05%
8 http://fr.vente-privee.com	0.04%
9 mbc3	0.04%
10 vente unique	0.03%

PENSER AUX FAUTES D'ORTHOGRAPHE
ET AUX ABSENCES D'ACCENT

Une vision par site (5)

Search Engine Marketing (SEM) Activity by vente-privee.com

Ads for vente-privee.com have appeared on major search engines when people performed the queries below. Click on the queries below to discover more information.

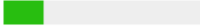
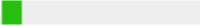
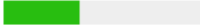
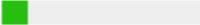
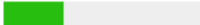
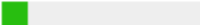
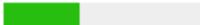
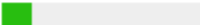
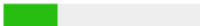
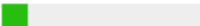
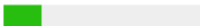
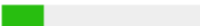
Query ?	SEM Activity ?	Query ?	SEM Activity ?
1 vente privee	Medium	6 vente-privee.com	Medium
2 outlet	Medium	7 ventee privee	Medium
3 comprar por internet	Medium	8 relojes	Medium
4 vente prive	Medium	9 outlet online	Medium
5 shopping	Medium	10 zapatitos	Medium

BILAN DE L'ACTIVITE PUBLICITAIRE
DE VENTE PRIVEE
Achat de ces mots clés

Une vision par site (6)

Search Engine Marketing (SEM) Opportunities for vente-privee.com

Queries that provide opportunities for this site to advertise through Search Engine Marketing (SEM) to get more traffic. They are popular queries that are relevant to the site, and have low competition in search engine marketing. [Learn More](#) ↗

Query ?	Opportunity ?	Query Popularity ?	QCI ?
privé	4.05	20 	10 
san francisco zip code	2.74	38 	13 
ven	2.69	30 	13 
venn diagram	2.54	38 	15 
ventoline	2.42	27 	13 
cabane chic	2.40	19 	21 

CONSEIL SUR DES MOTS CLES
POPULAIRES ET AVEC UNE
FAIBLE DEMANDE
PUBLICITAIRE

Faire connaître son site

Google Ad Words

- Deux étapes
 - Analyser les mots clés tapés sur les moteurs de recherche et qui aboutissent à une visite sur son site
 - Analyser les mots clés du secteur d'activité sur lequel je souhaite me positionner
- Analyse du comportement du consommateur et de la concurrence via Google Suggest, Google Insight et l'outil Alexa
- **Détermination des mots clés et de leur coût grâce à Google Ad words**
- Choix des supports sur le réseau display via Google Ad planner

Combien coûtent les mots clés que j'ai choisis ?, qu'est-ce qu'un mot clé ?

1. **Requête large :** mot clé

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches portent sur des expressions similaires et des variantes pertinentes. Vous pouvez également utiliser le modificateur de requête large pour optimiser les correspondances de vos mots clés en requête large : +mot clé.

2. **Expression exacte :** "mot clé"

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches correspondent à l'expression exacte.

3. **Mot clé exact :** [mot clé]

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches correspondent exclusivement à l'expression exacte.

4. **Mot clé à exclure :** -mot clé

Cette option permet de ne pas diffuser votre annonce lorsque les recherches incluent ce terme.

Mot clé en requête large : Les annonces sont susceptibles d'être diffusées si la recherche porte sur les mots :

	tennis
	chaussures
chaussures de tennis	acheter des chaussures de tennis
	photos de chaussures de tennis
	chaussures de sport
	baskets de tennis

Combien coûtent les mots clés que j'ai choisis ?, qu'est-ce qu'un mot clé ?

1. Requête large : mot clé

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches portent sur des expressions similaires et des variantes pertinentes. Vous pouvez également utiliser le modificateur de requête large pour optimiser les correspondances de vos mots clés en requête large : +mot clé.

2. Expression exacte : "mot clé"

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches correspondent à l'expression exacte.

3. Mot clé exact : [mot clé]

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches correspondent exclusivement à l'expression exacte.

4. Mot clé à exclure : -mot clé

Cette option permet de ne pas diffuser votre annonce lorsque les recherches incluent ce terme.

Expression exacte

Si vous indiquez un mot clé entre guillemets ("chaussures de tennis", par exemple), votre annonce sera susceptible d'être diffusée lorsqu'un internaute lancera une recherche sur l'expression *chaussures de tennis*, dans cet ordre précis. L'annonce pourra également être diffusée dans le cadre d'une recherche contenant d'autres termes, mais celle-ci devra inclure l'expression exacte que vous avez indiquée.

Expression exacte :

"chaussures de tennis"

Les annonces sont susceptibles d'être diffusées si la recherche porte sur les mots :

chaussures de tennis rouges
acheter des chaussures de tennis
photo de chaussures de tennis

Les annonces n'apparaîtront pas si la recherche porte sur les mots :

chaussures pour le tennis
chaussure de tennis
baskets de tennis

Combien coûtent les mots clés que j'ai choisis ?, qu'est-ce qu'un mot clé ?

1. Requête large : mot clé

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches portent sur des expressions similaires et des variantes pertinentes. Vous pouvez également utiliser le modificateur de requête large pour optimiser les correspondances de vos mots clés en requête large : +mot clé.

2. Expression exacte : "mot clé"

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches correspondent à l'expression exacte.

3. Mot clé exact : [mot clé]

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches correspondent exclusivement à l'expression exacte.

4. Mot clé à exclure : -mot clé

Cette option permet de ne pas diffuser votre annonce lorsque les recherches incluent ce terme.

Mot clé exact

Si vous indiquez un mot clé entre crochets ([chaussures de tennis], par exemple), votre annonce sera susceptible d'être diffusée lorsqu'un internaute lancera une recherche sur l'expression "chaussures de tennis", dans cet ordre exclusivement et sans aucun terme supplémentaire.

<u>Mot clé exact :</u>	<u>Les annonces sont susceptibles d'être diffusées si la recherche porte sur les mots :</u>	<u>Les annonces n'apparaîtront pas si la recherche porte sur les mots :</u>
[chaussures de tennis]	chaussures de tennis	chaussures de tennis rouges chaussure de tennis acheter des chaussures de tennis

Avec les mots clés exacts, le nombre d'impressions, de clics ou de conversions sera probablement moins important qu'avec la requête large. Cependant, si vous avez pris soin de créer une liste de mots clés complète, le trafic reçu sera probablement plus ciblé sur votre produit ou service.

Combien coûtent les mots clés que j'ai choisis ?, qu'est-ce qu'un mot clé ?

1. Requête large : mot clé

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches portent sur des expressions similaires et des variantes pertinentes. Vous pouvez également utiliser le modificateur de requête large pour optimiser les correspondances de vos mots clés en requête large : +mot clé.

2. Expression exacte : "mot clé"

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches correspondent à l'expression exacte.

3. Mot clé exact : [mot clé]

Cette option permet de diffuser votre annonce lorsque les recherches correspondent exclusivement à l'expression exacte.

4. Mot clé à exclure : -mot clé

Cette option permet de ne pas diffuser votre annonce lorsque les recherches incluent ce terme.

Mots clés à exclure

Si vous choisissez le mot clé "chaussures de tennis" et ajoutez le mot clé à exclure "-d'occasion", votre annonce ne sera pas diffusée si la recherche contient le terme "d'occasion".

<u>Mots clés :</u>	<u>Les annonces sont susceptibles d'être diffusées si la recherche porte sur les mots :</u>	<u>Les annonces n'apparaîtront pas si la recherche porte sur les mots :</u>
chaussures de tennis	chaussures de tennis	chaussures de tennis d'occasion
-d'occasion	acheter des chaussures de tennis	chaussure d'occasion pour le tennis
	tennis	

Les mots clés à exclure sont particulièrement utiles si votre compte contient de nombreux mots clés en requête large. Nous vous conseillons d'ajouter, comme mots à exclure, les variantes de mots clés non pertinentes qui apparaissent dans le rapport sur les performances de la requête de recherche ou dans le Générateur de mots clés. [En savoir plus](#)

[En savoir plus sur les mots clés à exclure](#)

Google Adwords

Générateur de mots clés

Google AdWords maria.mercanti@gmail.com | [S](#)

Accueil Campagnes Opportunités Rapports et outils Facturation Mon compte

Outils > Générateur de mots clés

Outils

- Générateur de mots clés
- Outil de prévision du trafic
- Outil de sélection des emplacements
- Outil de ciblage contextuel

▼ Inclure des termes ?

▼ Exclure des termes ?

▼ Types de correspondance

☒ Large

Trouver des mots clés

Renseignez un ou plusieurs critères ci-dessous :

Mot ou expression	Un par ligne
Site Web	www.google.com/page.html
Catégorie	Habillement ▼

☐ Afficher uniquement les idées directement liées à mes termes de recherche ?

+ Options et filtres avancés

Zones géographiques : France ✕ Langues : Français ✕ Appareils : ordinateurs de bureau et portables

Recherche

ALLER DANS GOOGLE ADWORDS,
RAPPORT ET OUTIL, GENERATEUR DE
MOTS CLES

L'exemple de la téléphonie

CPC approximatif

Il s'agit du coût par clic approximatif que vous pourriez payer si vous placiez une enchère sur ce mot clé. Ce montant est obtenu en faisant la moyenne des CPC correspondant à toutes les positions d'annonces.

positions d'annonces

Termes de recherche (2)

Mot clé	Concurrence	Recherches mensuelles dans le monde entier ?	Recherches mensuelles dans les zones ciblées ?	CPC approximatif ?
☆ smartphone	<div><div></div></div>	5 000 000	368 000	1,12 €
☆ [smartphone]	<div><div></div></div>	450 000	40 500	1,71 €

Accéder à la page : 1 Nombre de lignes : 50 1 à 2 sur 2

Idées de mots clés (800)

Mot clé	Concurrence	Recherches mensuelles dans le monde entier ?	Recherches mensuelles dans les zones ciblées ?	CPC approximatif ?
☆ smartphone	<div><div></div></div>	6 120 000	368 000	1,11 €
☆ comparatif smartphone	<div><div></div></div>	22 200	22 200	0,47 €
☆ [comparatif smartphone]	<div><div></div></div>	8 100	6 600	0,31 €
☆ smartphone 2011	<div><div></div></div>	246 000	18 100	0,78 €
☆ [smartphone 2011]	<div><div></div></div>	5 400	1 600	1,94 €
☆ htc	<div><div></div></div>	45 500 000	1 830 000	0,55 €
☆ [htc]	<div><div></div></div>	3 350 000	165 000	0,29 €
☆ le smartphone	<div><div></div></div>	6 120 000	368 000	1,07 €
☆ [le smartphone]	<div><div></div></div>	1 000	1 000	1,93 €
☆ le meilleur smartphone	<div><div></div></div>	27 100	22 200	0,83 €
☆ [le meilleur smartphone]	<div><div></div></div>	1 300	1 000	1,07 €

MOT CLE : SMARTPHONE

Déterminer son budget et son CPC (coût par clic)

[Accueil](#) [Campagnes](#) [Opportunités](#) [Rapports et outils](#) [Facturation](#) [Mon compte](#)

Outils > Outil de prévision du trafic [Enquête sur le produit](#)

Outils
[Générateur de mots clés](#)
[Outil de prévision du trafic](#)

[Outil de sélection des emplacements](#)
[Outil de ciblage contextuel](#)

Récapitulatif (par jour)
CPC moyen estimé
0,43 € - 0,52 €
Nombre total de clics estimé
375,7 - 459,18
Coût total estimé
179,05 € - 218,83 €

Obtenir des prévisions du trafic

Mot ou expression (un par ligne)
smartphone

CPC max. € (obligatoire) ? 0,68

Budget quotidien € ? 200

[Options et filtres avancés](#) Zones géographiques : France X Langues : Français X

Estimer

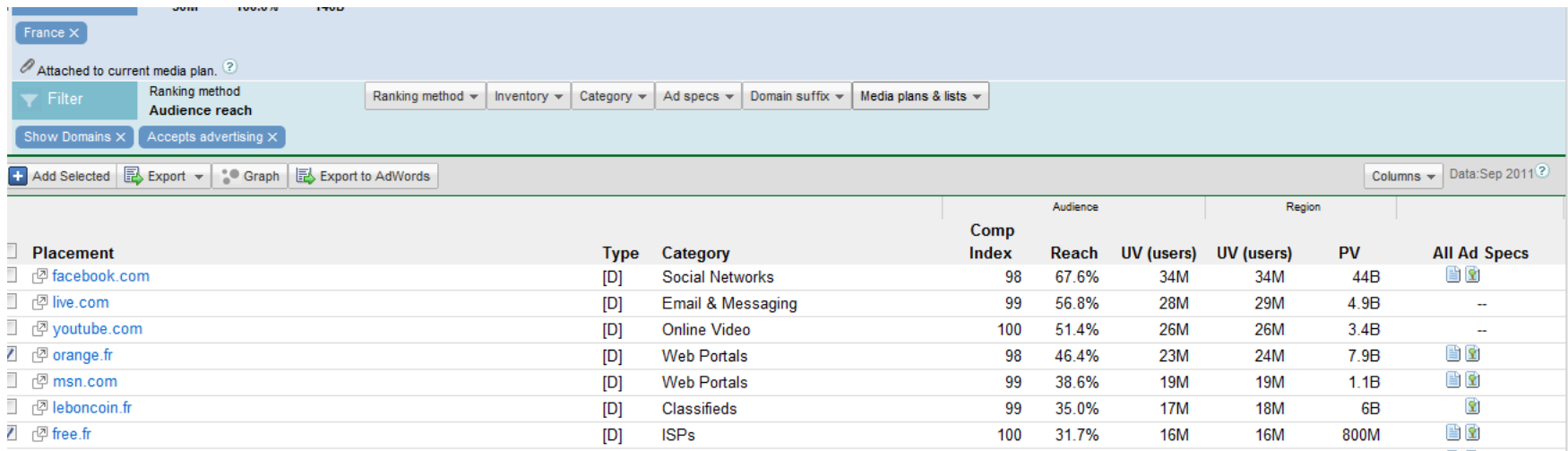
[À propos de ces données](#) ?

[+ Ajouter des mots clés](#) [Télécharger](#) [Afficher sous forme de texte](#) [Triés par Pertinence](#) [Colonnes](#)

<input type="checkbox"/> Mot clé	Recherches mensuelles dans le monde entier ?	Recherches mensuelles dans les zones ciblées ?	CPC moyen estimé	Position estimée de l'annonce	Nombre de clics quotidiens estimé	Coût quotidien estimé
<input type="checkbox"/> ★ smartphone	5 000 000	368 000	0,48 €	3,2	417,44	198,94 €

Concevoir un plan média sur google ad planner

<https://www.google.com/adplanner/?pli=1#siteSearch>



France X

Attached to current media plan. ?

Filter Ranking method Audience reach

Ranking method Inventory Category Ad specs Domain suffix Media plans & lists

Show Domains X Accepts advertising X

+ Add Selected Export Graph Export to AdWords Columns Data: Sep 2011 ?

Placement	Type	Category	Comp Index	Audience		Region		PV	All Ad Specs
				Reach	UV (users)	UV (users)	PV		
<input type="checkbox"/> facebook.com	[D]	Social Networks	98	67.6%	34M	34M	44B		
<input type="checkbox"/> live.com	[D]	Email & Messaging	99	56.8%	28M	29M	4.9B	--	
<input type="checkbox"/> youtube.com	[D]	Online Video	100	51.4%	26M	26M	3.4B	--	
<input checked="" type="checkbox"/> orange.fr	[D]	Web Portals	98	46.4%	23M	24M	7.9B		
<input type="checkbox"/> msn.com	[D]	Web Portals	99	38.6%	19M	19M	1.1B		
<input type="checkbox"/> leboncoin.fr	[D]	Classifieds	99	35.0%	17M	18M	6B		
<input checked="" type="checkbox"/> free.fr	[D]	ISPs	100	31.7%	16M	16M	800M		

AdWords sent 6,470 visits via 4 campaigns

Site Usage			Goal Conversion			Ecommerce			Clicks		
Visits			Impressions			Clicks			Cost		
6,470			1,305,625			25,016			\$10,011.48		
% of Site Total: 3.33%			% of Site Total: 100.00%			% of Site Total: 100.00%			% of Site Total: 100.00%		
CTR			CPC			RPC			ROI		
1.92%			\$0.40			\$0.16			-61.09%		
Site Avg: 1.92% (0.00%)			Site Avg: \$0.40 (0.00%)			Site Avg: \$0.51 (-69.53%)			Site Avg: 27.68% (-320.70%)		
Margin											
Campaign			Visits			Impressions			Clicks		
1. Google Store: English - Americas			6,384			102,147			8,902		
2. (not set)			75			0			0		
3. Newbie Campaign			11			19,041			200		
4. Google Store: English - EU, APAC & ROW			0			1,184,437			15,914		
Cost			CTR			CPC			RPC		
\$3,196.73			8.71%			\$0.35			\$0.44		
Cost			CTR			CPC			RPC		
\$0.00			0.00%			\$0.00			\$0.00		
Cost			CTR			CPC			RPC		
\$187.72			1.05%			\$0.94			\$0.00		
Cost			CTR			CPC			RPC		
\$6,717.03			1.34%			\$0.42			\$0.00		
Margin			25.38%			100.00%			100.00%		
Margin			0.00%			0.00%			0.00%		
Margin			0.00%			0.00%			0.00%		
Margin			0.00%			0.00%			0.00%		
Find Campaign:			containing			Go			Go to: 1		
Show rows: 10			1 - 4 of 4								

Campaigns

Ad groups

Settings

Ads

Keywords

Networks

Audiences

Dimensions

Topics



All but deleted campaigns ▾

Segment ▾

Filter ▾

Columns ▾



Search



+ New campaign

Change status... ▾

Alerts ▾

Automate ▾

<input type="checkbox"/>	Campaign	Budget	Status [?]	Clicks [?]	Impr.	CTR [?]	Avg. CPC [?]	Cost	Avg. Pos.	Relative CTR [?]	Impr. share [?]
<input type="checkbox"/>	● Clothing Campaign - Display	\$20.00/day	Eligible	39	118,952	0.03%	\$1.14	\$44.61	3.3	1.2x	17.37%
<input type="checkbox"/>	● Designer Clothing	\$5.00/day	Eligible	0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	0	--	--
<input type="checkbox"/>	● Display Campaign #1	\$5.00/day	Eligible	75	855,765	0.01%	\$1.45	\$108.72	2.6	0.5x	< 10%
<input type="checkbox"/>	● Display Campaign #2 (Managed)	\$5.00/day	Eligible	47	120,661	0.04%	\$2.54	\$119.34	1	2.0x	< 10%
<input type="checkbox"/>	● Shoes Campaign - Display	\$20.00/day	Eligible	24	6,274	0.38%	\$1.37	\$32.97	4.2	1.8x	24.62%
	Total - all but deleted campaigns			185	1,101,652	0.02%	\$1.65	\$305.64	2.5	1.2x	< 10%
	Total - Search [?]			24	5,906	0.41%	\$1.37	\$32.97	4.3	--	25.05%
	Total - Display Network [?]			161	1,095,746	0.01%	\$1.69	\$272.67	2.5	1.2x	< 10%
	Total - all campaigns	\$55.00/day		185	1,101,652	0.02%	\$1.65	\$305.64	2.5	1.2x	< 10%

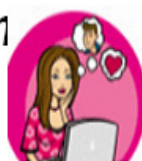
Show rows: 100 ▾ 1 - 5 of 5

GOOGLE ADSENSE

Portail-religion.com

Type	contenu, articles sur les religions
Business model	monétisation de l'audience par la publicité
Régie	Google Adsense
Audience	35 000 visites / mois
CA	environ 100€ / mois

- **Avantages** : revenus assez réguliers... même sans rien faire !



Etes-vous célibataire? Mon nom est Markus et j'ai créé POF.com. Mon site est complètement gratuit et nous formons plus de 800,000 relations amoureuses par an. La plupart des membres sont comme vous, ils ne veulent que rencontrer quelqu'un avec qui partager de moments spéciaux. Etre célibataire peut être embêtant à la fin alors si vous cherchez quelqu'un, autant rejoindre notre site! Nous avons des millions de membres et en plus c'est gratuit! [Rejoignez ici!](#)



Accueil

Les Religions

Encyclopédie

Livres

Menu principal

- › Accueil
- › Bibliothèque
- › Dossiers Religions
- › Encyclopédie
- › Vidéos
- › Livres religions

Islam

- › Accueil islam
- › Dossier Coran
- › Lire le Coran
- › Les 5 Piliers de l'islam
- › Droit musulman

Religion



Combien y a-t-il de musulmans en France ?

Oumma.com se moque de Hassan Chalghoumi et ramène le débat au niveau zéro

Abderrahmane Dahmane viré par Nicolas Sarkozy suite à ses propos...

Azzedine Gaci va-t-il se représenter aux **élections du CFCM** de juin 2011 ?

Ennahda contre la **polygamie** mais pour le port du **voile**

Environ 1500 signatures pour la **pétition contre le terrorisme au nom de l'islam** lancée par Respect Mag

Assassinat au Pakistan du ministre chrétien des minorités **Shahbaz Bhatti**

Islamisme en Tunisie : le mouvement **Ennahda** de **Rached Ghannouchi** est de nouveau légal.

Exposition : **Routes d'Arabie** - Archéologie et histoire du royaume d'Arabie saoudite - du 14/07/2010 au 27/09/2010 - Musée du Louvre

Exposition : **Peintures de Fazia Kerrad** - du 07/09/2010 au 17/10/2010 - Institut du monde arabe

Annonces Google



[Cours de Philo Terminale](#)

Une méthode de philosophie qui rend la philo facile pour tous
[www.cours-de-philosophie...](#)

[Rencontre sans lendemain](#)

Célibataire ? Ne restez pas seul. Un flirt palpitant à votre portée.
[www.prime-date.fr/rencon...](#)

[Gestion documentaire](#)

NORMEA, le logiciel de la Qualité Version, révision, publication, etc
[www.normea.fr](#)

Tableau de bord Analytics

Google Analytics

doutreligne@gmail.com | Paramètres | Mon compte | Aide | Déconnexion

Paramètres Google Analytics | Affichage des rapports : [www.portail-religion.com](#)

Mes comptes Analytics : [portail-religion](#)

Tableau de bord

Alertes Bêta

Visiteurs

Sources de trafic

Contenu

Objectifs

Création de rapports personnalisés

Mes personnalisations

Rapports personnalisés

Segments avancés

Alertes Bêta

E-mail

Ressources d'Aide

À propos du rapport

Atelier - Conversions

Questions courantes

Exporter E-mail

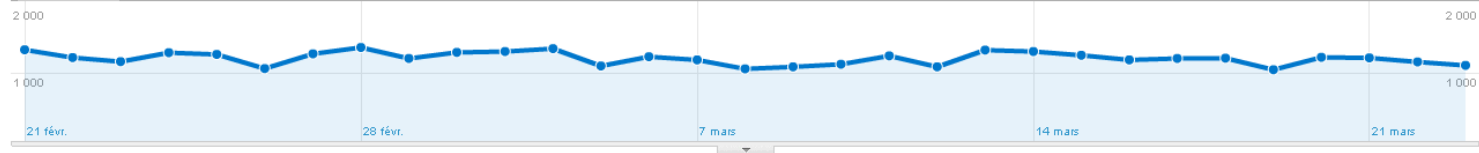
Segments avancés : Toutes les visites

Tableau de bord

21 févr. 2011 - 23 mars 2011

Visites

Graphique par :



Fréquentation du site

37 944 Visites

63 413 Pages vues

1,67 Pages par visite

79,31 % Taux de rebond

00:01:22 Temps moyen passé sur le site

80,39 % Nouvelles visites (en %)

Vue d'ensemble des visiteurs



32 735 Visiteurs

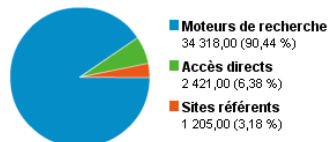
Afficher le rapport

Synthèse géographique



Afficher le rapport

Vue d'ensemble des sources de trafic



Afficher le rapport

Vue d'ensemble du contenu

Pages	Pages vues	Pages vues (en %)
Islam/le-mariage-musulman.html	10 565	16,66 %
Islam/heures-de-prieres-pour-les-musulmans.html	8 604	13,57 %
Islam/annuaire-des-mosquees-et-salles-de-prieres.html	4 809	7,58 %
Islam/halal-et-haram.html	4 012	6,33 %
Islam/le-voile-islamique.html	3 851	6,07 %

Afficher le rapport

Sources de trafic

Au total, 37 944 visites ont été générées sur l'ensemble des sources de trafic.



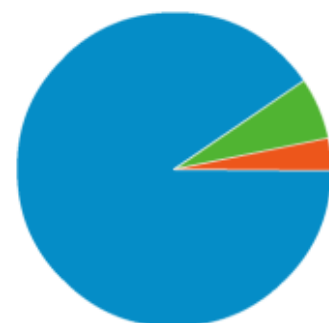
6,38 % **Trafic direct**



3,18 % **Sites de référence**



90,44 % **Moteurs de recherche**



Moteurs de recherche
34 318,00 (90,44 %)

Accès directs
2 421,00 (6,38 %)

Sites référents
1 205,00 (3,18 %)

Principales sources de trafic

Sources	Visites	Visites (en %)
google (organic)	33 175	87,43 %
(direct) ((none))	2 421	6,38 %
bing (organic)	563	1,48 %
google.fr (referral)	321	0,85 %
search (organic)	315	0,83 %

[afficher le rapport complet](#)

Mots clés	Visites	Visites (en %)
heure de priere marseille	1 044	3,04 %
mariage musulman	975	2,84 %
halal	966	2,81 %
heure de priere lyon	739	2,15 %
le mariage en islam	693	2,02 %

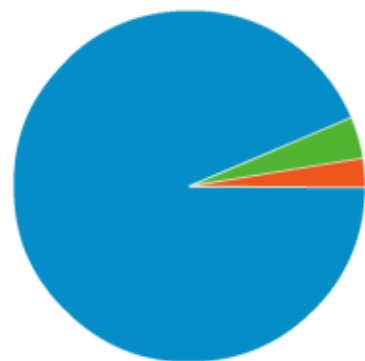
[afficher le rapport complet](#)

Tableau de bord

1 août 2010 - 30 sept. 2010



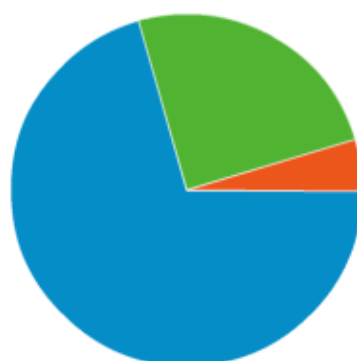
Vue d'ensemble des sources de trafic



- Moteurs de recherche**
6 124,00 (93,61 %)
- Accès directs**
251,00 (3,84 %)
- Sites référents**
167,00 (2,55 %)

[Afficher le rapport](#)

Vue d'ensemble des sources de trafic



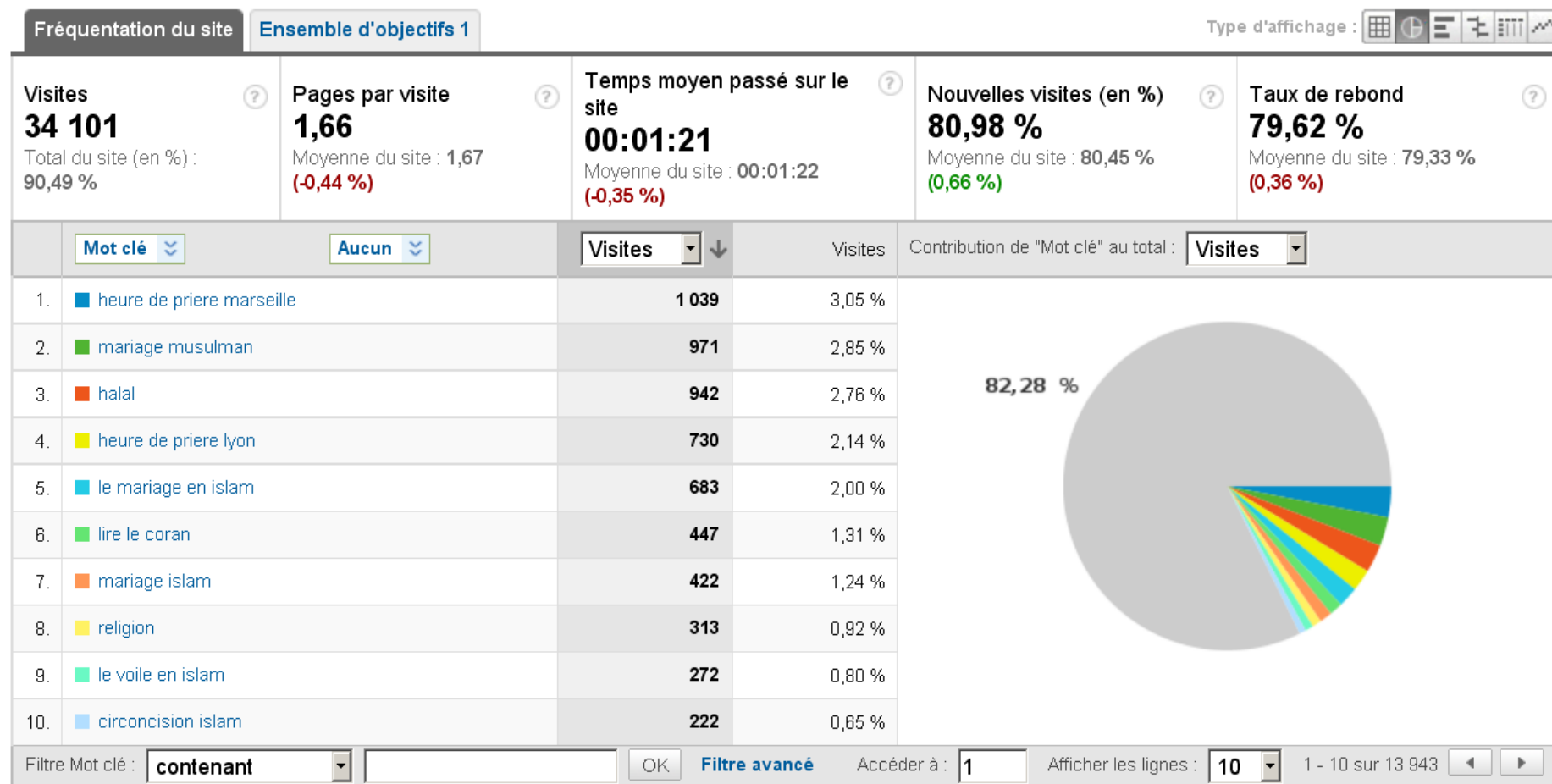
- Sites référents**
4 045,00 (70,58 %)
- Moteurs de recherche**
1 418,00 (24,74 %)
- Accès directs**
268,00 (4,68 %)

[Afficher le rapport](#)

La longue traine...

La recherche a généré un **Au total de 34 101 visites via 13 943 mots clés.**

Afficher : [Avec les résultats naturels](#) | [Au total](#) | [Avec les liens commerciaux](#)



La recherche a généré un Au total de 34 101 visites via 9 sources.

Afficher : [Avec les résultats naturels](#) | [Au total](#) | [Avec les liens commerciaux](#)

Fréquentation du site

Ensemble d'objectifs 1

Type d'affichage :

?

Visites

34 101

Total du site (en %) : 90,49 %

?

Pages par visite

1,66

Moyenne du site : 1,67 (-0,44 %)

?

Temps moyen passé sur le site

00:01:21

Moyenne du site : 00:01:22 (-0,35 %)

?

Nouvelles visites (en %)

80,98 %

Moyenne du site : 80,45 % (0,66 %)

?

Taux de rebond

79,62 %

Moyenne du site : 79,33 % (0,36 %)

	Source	Aucun	Visites	Pages par visite	Temps moyen passé sur le site	Nouvelles visites (en %)	Taux de rebond
1.	google		32 951	1,64	00:01:20	80,99 %	79,93 %
2.	bing		573	2,06	00:01:46	85,17 %	71,55 %
3.	search		316	2,22	00:01:44	68,35 %	72,78 %
4.	yahoo		124	2,21	00:02:24	86,29 %	67,74 %
5.	voila		53	2,66	00:02:06	98,11 %	58,49 %
6.	ask		48	2,00	00:01:21	75,00 %	68,75 %
7.	aol		32	1,50	00:01:53	78,12 %	68,75 %
8.	alice		3	2,33	00:01:51	100,00 %	33,33 %
9.	msn		1	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %

Google AdSense

RPM Pages
Revenu pour mille
impressions



Afficher : Mois ▼ ↑	Pages vues	Clics	CTR pages	CPC	RPM pages	Revenus estimés
<input type="checkbox"/> 1 janv. 2010 - 31 janv. 2010	70 366	811	1,15%	0,10 €	1,20 €	84,70 €
<input type="checkbox"/> 1 févr. 2010 - 28 févr. 2010	66 757	622	0,93%	0,11 €	1,06 €	70,71 €
<input type="checkbox"/> 1 mars 2010 - 31 mars 2010	58 280	584	1,00%	0,12 €	1,22 €	70,98 €
<input type="checkbox"/> 1 avr. 2010 - 30 avr. 2010	58 236	597	1,03%	0,10 €	1,01 €	58,68 €
<input type="checkbox"/> 1 mai 2010 - 31 mai 2010	71 297	966	1,35%	0,10 €	1,42 €	101,41 €
<input type="checkbox"/> 1 juin 2010 - 30 juin 2010	53 218	676	1,27%	0,12 €	1,47 €	78,42 €
<input type="checkbox"/> 1 juil. 2010 - 31 juil. 2010	46 136	684	1,48%	0,13 €	1,91 €	88,18 €
<input type="checkbox"/> 1 août 2010 - 31 août 2010	91 673	1 370	1,49%	0,11 €	1,69 €	154,68 €
<input type="checkbox"/> 1 sept. 2010 - 30 sept. 2010	83 902	1 883	2,24%	0,09 €	2,12 €	178,10 €
<input type="checkbox"/> 1 oct. 2010 - 31 oct. 2010	56 560	924	1,63%	0,15 €	2,51 €	141,86 €
<input type="checkbox"/> 1 nov. 2010 - 30 nov. 2010	71 687	972	1,36%	0,22 €	2,92 €	209,05 €
<input type="checkbox"/> 1 déc. 2010 - 31 déc. 2010	59 507	764	1,28%	0,26 €	3,30 €	196,44 €
<input type="checkbox"/> 1 janv. 2011 - 31 janv. 2011	60 177	999	1,66%	0,15 €	2,57 €	154,57 €
<input type="checkbox"/> 1 févr. 2011 - 28 févr. 2011	57 904	814	1,41%	0,16 €	2,25 €	130,32 €
<input type="checkbox"/> 1 mars 2011 - 25 mars 2011	45 486	528	1,16%	0,16 €	1,87 €	85,12 €
Moyennes	63 412	879	-	-	-	120,21 €
Totaux	951 186	13 194	1,39%	0,14 €	1,90 €	1 803,22 €

Questions fréquentes

- RPM : revenu pour mille impressions
 - $(\text{Revenu estimé} / \text{nombre de pages vues}) \times 1000$
- Google ne garantit pas un revenu minimum
- Eviter « bloquer des groupes d'annonces » et mise en veille des annonces pour vérification
- Les éditeurs touchent 68% des revenus générés, Google le reste
- Seuil de paiement 70 euros en zone euro, payée après vérification
- Annonces au CPM et au CPC, Google choisit toujours l'annonce au coût par clic à moins d'un budget proposé au CPM plus important