



# LE SEO ET LE SEM

# PREMIERES NOTIONS

## Search Engine Marketing

### SEO

Search Engine Optimization  
"Organic"

#### Pro:

- Great Long-Term ROI
- High Ceiling and Volume
- More Exposure, Branding, Awareness

#### Con:

- Tough to Quantify
- Lots of Work (Design/Development)
- Takes a While (Not for Short-Term)

### PPC

Pay-Per-Click  
"Search Advertising"

#### Pro:

- Quick Setup
- Highly Measurable and Quantifiable
- Less Development Resources Needed

#### Con:

- More Expensive
- Lower Ceiling and Volume Potential
- May be Subject to "Ad Blindness"

# PREMIERS NOTIONS

- **Définition SEM (Search engine marketing)**

- Un ensemble regroupant à la fois les techniques d'utilisation et d'optimisation des liens commerciaux et celle du référencement naturel qui est une technique marketing à part entière.

- **Définition SEO**

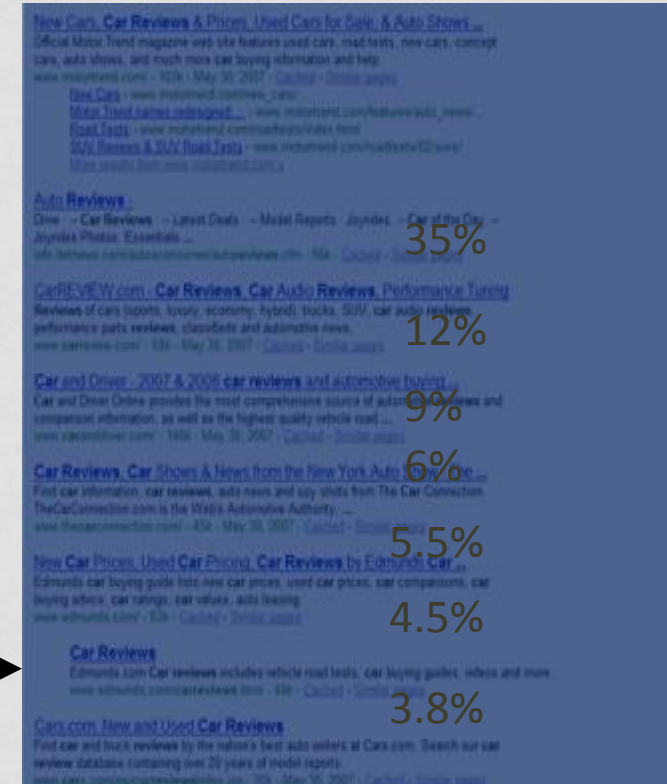
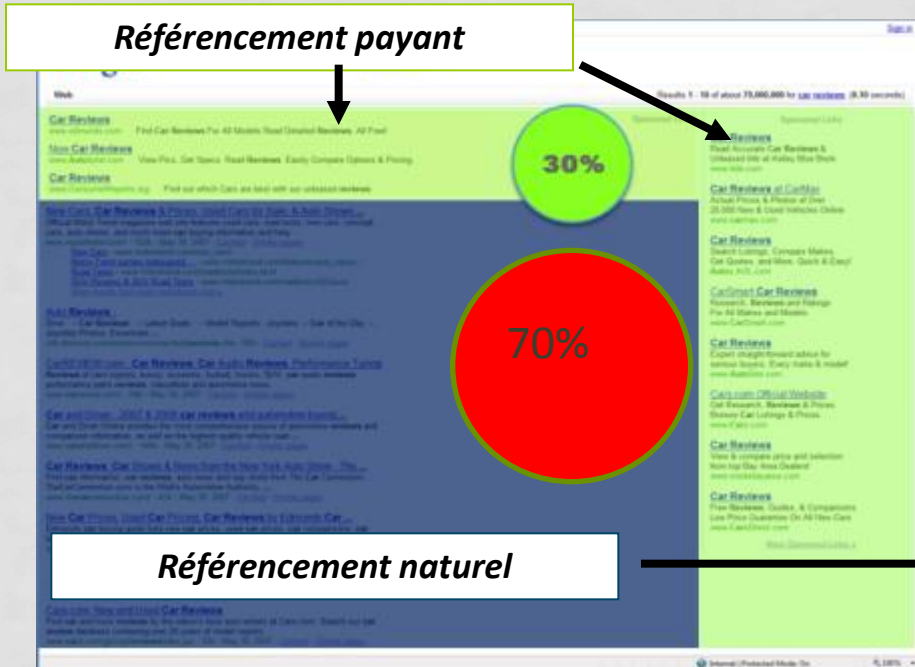
- SEO est l'acronyme de Search Engine Optimization qui est couramment utilisé par les praticiens pour désigner le **référencement naturel**.

# OU ENCORE...

- **Search Engine Marketing = Search Engine Optimization + Search Engine Advertising**
- On retrouve souvent cette définition donnée à l'aide des acronymes suivants :
- **SEM = SEO + SEA**
- Et voici quelques définitions :
- **SEA** : Acronyme pour "Search Engine Advertising". Correspondant en français aux liens sponsorisés vendus par les moteurs de recherche
- **SEM** : Acronyme pour "Search Engine Marketing". Englobe le marché des liens sponsorisés (SEA) et du référencement naturel (SEO)
- **SEO** : Acronyme pour "Search Engine Optimization". Correspondant en français au Référencement (avec un grand R)

# SEM/ SEO a quoi ça ressemble ?

Source ISOBAR



**Référencement naturel: indexation des pages résultant de l'algorithme du moteur**

**Référencement payant: mix d'enchère et QS de la campagne**  
**QS : quality score, taux de clics générés par la campagne**



# SEARCH ENGINE OPTIMIZATION PROCESS



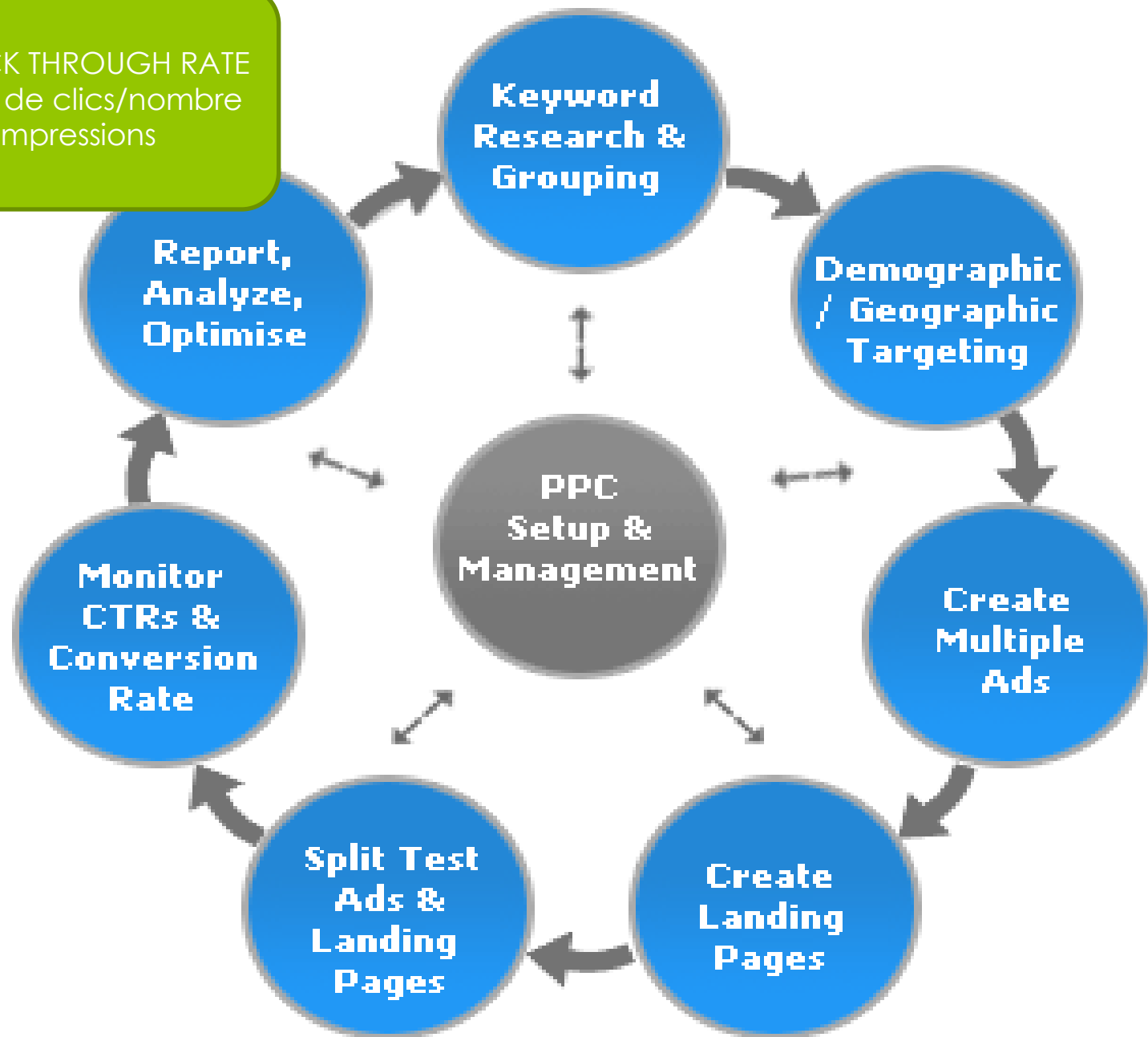
# PANORAMA DU SECTEUR

SEO/ Search engine  
optimization



SEM/ Search engine marketing

CTR CLICK THROUGH RATE  
Nombre de clics/nombre  
d'impressions





## QUELS LEVIERS POUR QUELS OBJECTIFS

Source ISOBAR

# Objectifs

Notoriété / Image



- Display
- Référencement
- Opération spéciale

Trafic/ Recrutement



- Search
- Référencement
- Display à la performance
- Affiliation
- Emailing

Participatif



- Communautaire
- Intégration dans les réseaux sociaux

DATA MANAGEMENT | DATA MANAGEMENT | DATA MANAGEMENT

# Leviers