

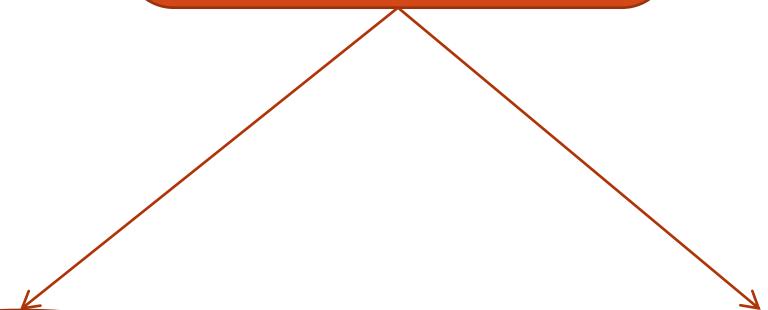
# Google adwords Google ad sense

Quelle démarche suivre ?

MON SITE INTERNET

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	Pages par visite	Temps moyen passé sur le site	Nouvelles visites (en %)	Taux de rebond
<b>587</b>	<b>2,32</b>	<b>00:02:37</b>	<b>72,40 %</b>	<b>67,63 %</b>
Total du site (en %) : 80,08 %	Moyenne du site : 2,54 (-8,78 %)	Moyenne du site : 00:02:59 (-12,59 %)	Moyenne du site : 73,12 % (-0,99 %)	Moyenne du site : 64,26 % (5,25 %)
Mot clé	Aucun	Visites ↓	Pages par visite	Temps moyen passé sur le site
1. maria mercanti guerin		48	3,17	00:03:56
2. "maria mercanti-guérin"		21	8,43	00:25:29
3. maria mercanti-guérin		13	6,00	00:06:24
4. rapport de titularisation		11	1,64	00:02:43
5. communication bancaire		9	1,56	00:00:59
6. fusion daimler chrysler		7	1,43	00:00:57
7. méthodologie mémoire master		6	1,00	00:00:00
8. maria mercanti		5	8,40	00:08:21
9. méthodologie du mémoire de master		4	1,00	00:00:00
...		1	1,75	00:00:10

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 <b>587</b> Total du site (en %) : 80,08 %	Pages par visite <b>2,32</b> Moyenne du site : 2,54 (-8,78 %)	Temps moyen passé sur le site <b>00:02:37</b> Moyenne du site : 00:02:59 (-12,59 %)	Nouvelles visites (en %) <b>72,40 %</b> Moyenne du site : 73,12 % (-0,99 %)	Taux de rebond <b>67,63 %</b> 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 traîne...

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](#)

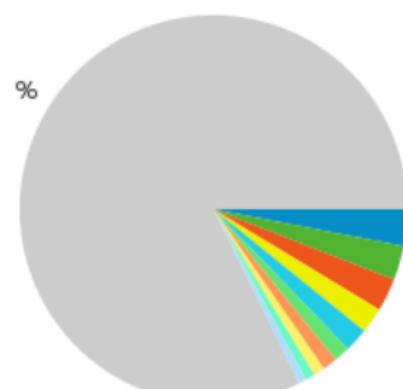
Fréquentation du site Ensemble d'objectifs 1 Type d'affichage :

Visites <b>34 101</b> Total du site (en %) : 90,49 %	Pages par visite <b>1,66</b> Moyenne du site : 1,67 (-0,44 %)	Temps moyen passé sur le site <b>00:01:21</b> Moyenne du site : 00:01:22 (-0,35 %)	Nouvelles visites (en %) <b>80,98 %</b> Moyenne du site : 80,45 % (0,66 %)	Taux de rebond <b>79,62 %</b> Moyenne du site : 79,33 % (0,36 %)
---	--	---	---	---

Mot clé ▾ Aucun ▾ Visites ▾ Visites Contribution de "Mot clé" au total : Visites

Rank	Mot clé	Visites	Pourcentage
1.	heure de priere marseille	1 039	3,05 %
2.	mariage musulman	971	2,85 %
3.	halal	942	2,76 %
4.	heure de priere lyon	730	2,14 %
5.	le mariage en islam	683	2,00 %
6.	lire le coran	447	1,31 %
7.	mariage islam	422	1,24 %
8.	religion	313	0,92 %
9.	le voile en islam	272	0,80 %
10.	circoncision islam	222	0,65 %

82,28 %



Filtre Mot clé :  OK Filtre avancé Accéder à :  Afficher les lignes :  1 - 10 sur 13 943

# 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 :

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 guérin	11	11	100,00 %	00:01:08
3. New Visitor	rappor de titularisation	10	10	100,00 %	00:03:44
4. New Visitor	maria mercanti-guérin	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 : contenuant   Accéder à :  Afficher les lignes :  1 - 10 sur 447

ONGLET, création de rapports personnalisés

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



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

**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 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| dimensions  |             |             |             |             |             |             |

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 générée un Au total de 587 visites via 604 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	Nouvelles visites (en %)	Taux de rebond			
<b>587</b> Préc. : 285 (105,96 %)	<b>2,32</b> Préc. : 1,84 (26,35 %)	<b>00:02:37</b> Préc. : 00:01:42 (54,44 %)	<b>72,40 %</b> Préc. : 76,49 % (-5,35 %)	<b>67,63 %</b> 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



# 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 a Google iGadget search interface. In the search bar, the word "livres" is typed. Below the search bar, a list of suggested search terms is displayed:

- livres **hebdo**
- livres
- livres **d'occasion**
- livres **audio**
- livres **occasion**
- livres **rares**
- livres **gratuits**
- livres **anciens**
- livres **euros**
- livres **en ligne**

Below the suggestions are two buttons: "Recherche Google" and "J'ai de la chance". To the right of the suggestions, there is a "Traduire" button with dropdown menus for "anglais" and "français".

The interface also includes other gadgets and sections:

- Google Scholar Citation Counter**: A gadget for calculating citations.
- Google Traduction**: A text translation tool from English to French.
- Technologies du Marketing**: A section with links to marketing articles.
- Recherche avec Google Maps**: A map showing traffic information for the San Francisco Bay area.
- Google Traduction**: Another text translation tool at the bottom left.
- Liste de tâches**: A task list section.

At the bottom of the screen, there is a taskbar with several open files and a system tray with icons for Windows, file operations, and system status.

# 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**

Termes de recherche  Lieux  Périodes Conseil : Pour indiquer OU, ajoutez le signe plus (tennis + squash).  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 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, ...](#)

### 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

<b>Comparer par</b>	<b>Termes de recherche</b>	<b>Filtre</b>
<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 checked="" type="radio"/> sport <a href="#">+ Ajouter un terme de recherche</a>	Recherche sur le Web France Toutes les régions Les 12 derniers mois 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](#)

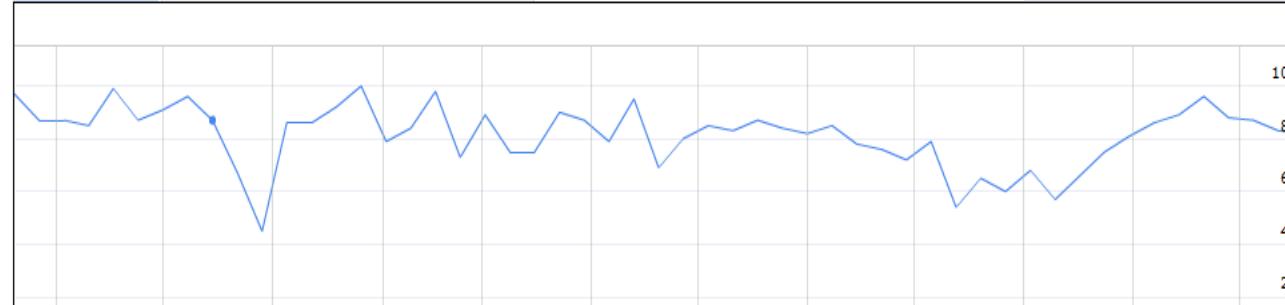
### Évolution de l'intérêt pour cette recherche

Prévisions [?](#)

Titres des actualités [?](#)

[Niveau d'intérêt](#) [Croissance relative à la catégorie Commerce](#)

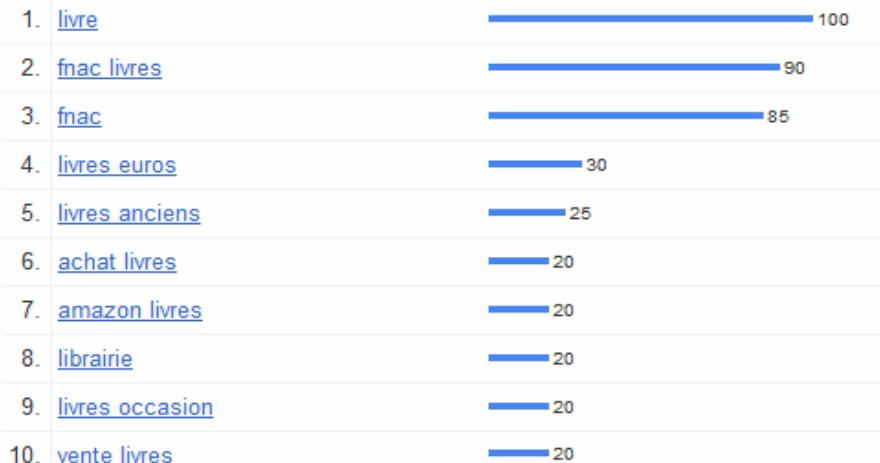
[Découvrir ce que représentent ces chiffres](#)



DETERMINER TYPE DE MOT,  
CATEGORIE etc...

## Termes de recherche

### Recherches les plus fréquentes



[Intégrer ce tableau](#)

### Recherches en progression



[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

Mots clés - Google An x News Bourse | Actuali x vente-privee.com : gra x vente-privee.com - Sit x

portail.ashx

pleiad facebook twitter webmailcnam

vente-privee.com

Accès membre

Email Mot de passe OK

MANU KATCHÉ

Devenez membre avec Manu Katché, et découvrez le premier album d'Alan Corbel.

MOT DE PASSE OUBLIÉ ? DEVENIR MEMBRE QUI SOMMES-NOUS ? CGV PRESS ROOM CARRIERES

Site de ventes événementielles sur Internet : grandes marques mode, vêtement, high tech à prix discount. Guide

WP5-GUIDE-DL....pdf Programme IRE....pdf Programme IRE....pdf Afficher tous les téléchargements... FR 15:30 21/10/2011

vente-privee.com

882 Alexa Traffic Rank 39 Traffic Rank in FR

2,296 Sites Linking In

1 Review

Search Analytics Top queries driving traffic to vente-privee.com

Wayback Machine See how vente-privee.com looked in the past

Related Links

- Voyage Privé
- Ventas privadas, ropa c
- Showroomprive

Fast (1.193 Seconds) 60% of sites are slower Average Load Time

# Une vision par site (1)

Alexa® The Web Information Company Home Site Tools Top Sites Site Info What's Hot Toolbar D

Search for more  

 [vente-privee.com](#)  This site is unclaimed. [Claim this Site](#)

Vente-privee.com

**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**

 **882**  
Global Rank 

 **39**  
Rank in FR 

**Reputation**

**2.296**  
Sites Linking In 

 1 Review 



IMPORTANT

# Une vision par site (2)

Fact 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 <a href="#">vente privee</a>	58.54%
2 <a href="#">vente privée</a>	16.44%
3 <a href="#">ventes privées</a>	4.69%
4 <a href="#">venteprivee</a>	3.03%
5 <a href="#">vente-privee.com</a>	2.70%
6 <a href="#">ventes privees</a>	1.56%
7 <a href="#">vente prive</a>	1.54%
8 <a href="#">vente privé</a>	1.44%
9 <a href="#">vente</a>	0.67%
10 <a href="#">ventes privees.com</a>	0.47%

## High Impact Search Queries for Vente-privee.com

Query	Impact
1 <a href="#">vente</a>	High
2 <a href="#">privée</a>	High
3 <a href="#">ventes</a>	Medium
4 <a href="#">vente-privee.com</a>	Medium
5 <a href="#">vente prive</a>	Low
6 <a href="#">ventes privees.com</a>	Low
7 <a href="#">paloma de la vega</a>	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.beautepriivee.fr](#)

ANALYSE DES REQUETES IMPORTANTE POUR VENTES PRIVEES



Je choisis de cliquer sur vente

# Une vision par site (3)

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

Search Analytics for **vente**

Sites Receiving the Most Traffic from this Query

Site	Share of Voice	Engagement
vente-privee.com	58.94%	0.86x
wikipedia.org	9.18%	6.78x
rueducommerce.fr	2.88%	1.32x
vente-unique.com	2.19%	1.77x
venteinc.com	2.10%	4.59x

Query Popularity 36 out of 100 - Moderate    QCI 40 out of 100 - Moderate

Number of Advertisers for this Query

Few Many

Top Advertisers for this Query

1. [showroomprive.com](#)
2. [topannonces.fr](#)
3. [vivastreet.fr](#)
4. [cdiscount.com](#)
5. [seloger.com](#)

Share of voice : part de voix / 58,9% des recherches « vente » vont sur vente-privee.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 retraitier ces données

Requête	Nombre	Indicateur de pression publicitaire sur représentative des alternatives	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)

Related Searches: [le bon coin](#), [cdiscount](#), [orange](#), [deezer](#), [pages jaunes](#)

Search Analytics for **vente privee**      Query Popularity ? 62 out of 100 - Moderate      QCI ? 20 out of 100 - Low

Sites Receiving the Most Traffic from this Query		
Site	Share of Voice ?	Engagement ?
vente-privee.com	79.54%	1.00x
brandalley.fr	3.98%	1.15x
achatvip.com	3.05%	1.19x
ventes-privees-zidi.fr	2.51%	1.24x
top-vente-privee.fr	1.64%	1.57x

Number of Advertisers for this Query ?  
Few Many

Top Advertisers for this Query

1. [showroomprive.com](#)
2. [vente-privee.com](#)
3. [vente-aglae.com](#)
4. [brandalley.fr](#)
5. [achatvip.com](#)

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 <a href="#">vente privee</a>	1.12%
2 <a href="#">vente-privee.com</a>	0.39%
3 <a href="#">ventes privees.com</a>	0.22%
4 <a href="#">vente privé</a>	0.17%
5 <a href="#">vente privées</a>	0.16%
6 <a href="#">vente privee com</a>	0.15%
7 <a href="#">venteprivee</a>	0.09%
8 <a href="#">ventes privés</a>	0.08%
9 <a href="#">ve te privee</a>	0.07%
10 <a href="#">vertbaudet</a>	0.05%

Search Query	1 Month Decline ?
1 <a href="#">vente privée</a>	3.03%
2 <a href="#">ventes privées</a>	0.25%
3 <a href="#">venteprivee</a>	0.14%
4 <a href="#">vente privee.com</a>	0.08%
5 <a href="#">vente privée.com</a>	0.07%
6 <a href="#">vente prive</a>	0.05%
7 <a href="#">hotmail</a>	0.05%
8 <a href="#">http://fr.vente-privee.com</a>	0.04%
9 <a href="#">mbc3</a>	0.04%
10 <a href="#">vente unique</a>	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 Actitiviy ?
1 <a href="#">vente privee</a>	Medium
2 <a href="#">outlet</a>	Medium
3 <a href="#">comprar por internet</a>	Medium
4 <a href="#">vente prive</a>	Medium
5 <a href="#">shopping</a>	Medium

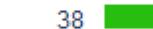
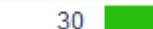
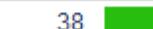
Query ?	SEM Actitiviy ?
6 <a href="#">vente-privee.com</a>	Medium
7 <a href="#">ventee privee</a>	Medium
8 <a href="#">relojes</a>	Medium
9 <a href="#">outlet online</a>	Medium
10 <a href="#">zapatos</a>	Medium

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 
<a href="#">privé</a>	4.05	20 	10 
<a href="#">san francisco zip code</a>	2.74	38 	13 
<a href="#">ven</a>	2.69	30 	13 
<a href="#">venn diagram</a>	2.54	38 	15 
<a href="#">ventoline</a>	2.42	27 	13 
<a href="#">cabane chic</a>	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 :

chaussures de tennis

tennis  
chaussures  
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.

### Mot clé exact :

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

[chaussures de tennis]

chaussures de tennis

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

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".

### Mots clés :

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

chaussures de  
tennis  
-d'occasion

chaussures de tennis  
acheter des chaussures de tennis  
tennis

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

chaussures de tennis d'occasion  
chaussure d'occasion pour le 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](#)

The screenshot shows the Google AdWords interface with a green header bar containing navigation links: Accueil, Campagnes, Opportunités, Rapports et outils (selected), Facturation, and Mon compte. Below the header, a breadcrumb trail indicates the current location: Outils > Générateur de mots clés. The main content area is titled "Trouver des mots clés" and includes a sub-instruction: "Renseignez un ou plusieurs critères ci-dessous :". There are three input fields: "Mot ou expression" (set to "Un par ligne"), "Site Web" (set to "www.google.com/page.html"), and "Catégorie" (set to "Habillement"). A checkbox labeled "Afficher uniquement les idées directement liées à mes termes de recherche" is unchecked. Below these fields are three buttons: "Options et filtres avancés" (expanded to show "Zones géographiques : France", "Langues : Français", and "Appareils : ordinateurs de bureau et portables"), a "Recherche" button, and a "Lancer" button. On the left side, there is a sidebar titled "Outils" with several options: "Générateur de mots clés" (selected and highlighted in green), "Outil de prévision du trafic", "Outil de sélection des emplacements", and "Outil de ciblage contextuel". Below this are three expandable sections: "Inclure des termes", "Exclude des termes", and "Types de correspondance".

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.

Termes de recherche (2)					
Mot clé	Concurrence	Recherches mensuelles dans le monde entier	Recherches mensuelles dans les zones ciblées	CPC approximatif	
smartphone		5 000 000	368 000	1,12 €	
[smartphone]		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		6 120 000	368 000	1,11 €	
comparatif smartphone		22 200	22 200	0,47 €	
[comparatif smartphone]		8 100	6 600	0,31 €	
smartphone 2011		246 000	18 100	0,78 €	
[smartphone 2011]		5 400	1 600	1,94 €	
htc		45 500 000	1 830 000	0,55 €	
[htc]		3 350 000	165 000	0,29 €	
le smartphone		6 120 000	368 000	1,07 €	
[le smartphone]		1 000	1 000	1,93 €	
le meilleur smartphone		27 100	22 200	0,83 €	
[le meilleur smartphone]		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

**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 Langues Français

Estimer

À propos de ces données

Ajouter des mots clés Télécharger Afficher sous forme de texte

Triés par Pertinence Colonnes

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
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>

The screenshot shows the Google Ad Planner interface. At the top, there's a navigation bar with tabs like 'Ranking method', 'Inventory', 'Category', 'Ad specs', 'Domain suffix', and 'Media plans & lists'. Below the navigation bar, there are two buttons: 'Show Domains' and 'Accepts advertising'. The main area displays a table of data. The columns include 'Placement' (with a list of websites like facebook.com, live.com, youtube.com, orange.fr, msn.com, leboncoin.fr, free.fr), 'Type' (with categories like Social Networks, Email & Messaging, Online Video, Web Portals, Web Portals, Classifieds, ISPs), 'Category' (with sub-categories like Social Networks, Email & Messaging, Online Video, Web Portals, Web Portals, Classifieds, ISPs), 'Comp Index' (with values like 98, 99, 100, 98, 99, 99, 100), 'Audience' (with metrics like Reach, UV (users), UV (users), PV), and 'Region' (with values like 44B, 4.9B, 3.4B, 7.9B, 1.1B, 6B, 800M). There are also 'All Ad Specs' buttons for each row.

Placement	Type	Category	Audience		Region	
			Comp Index	Reach	UV (users)	UV (users)
facebook.com	[D]	Social Networks	98	67.6%	34M	34M
live.com	[D]	Email & Messaging	99	56.8%	28M	29M
youtube.com	[D]	Online Video	100	51.4%	26M	26M
orange.fr	[D]	Web Portals	98	46.4%	23M	24M
msn.com	[D]	Web Portals	99	38.6%	19M	19M
leboncoin.fr	[D]	Classifieds	99	35.0%	17M	18M
free.fr	[D]	ISPs	100	31.7%	16M	16M
...						

**AdWords sent 6,470 visits via 4 campaigns**

## Site Usage Goal Conversion Ecommerce Clicks

View:

Visits	Impressions	Clicks	Cost	CTR	CPC	RPC	ROI	Margin	
<b>6,470</b>	<b>1,305,625</b>	<b>25,016</b>	<b>\$10,011.48</b>	<b>1.92%</b>	<b>\$0.40</b>	<b>\$0.16</b>	<b>-61.09%</b>	<b>-157.02%</b>	
% of Site Total: 3.33%	% of Site Total: 100.00%	% of Site Total: 100.00%	% of Site Total: 100.00%	Site Avg: 1.92% (0.00%)	Site Avg: \$0.40 (0.00%)	Site Avg: \$0.51 (- 69.53%)	Site Avg: 27.68% (- 320.70%)	Site Avg: 21.68% (- 824.25%)	
Campaign	Visits	Impressions	Clicks	Cost	CTR	CPC	RPC	ROI	Margin
1. Google Store: English - Americas	6,384	102,147	8,992	\$3,196.73	8.71%	\$0.36	\$0.44	25.38%	20.24%
2. (not set)	75	0	0	\$0.00	0.00%	\$0.00	\$0.00	0.00%	0.00%
3. Newbie Campaign	11	19,041	200	\$187.72	1.05%	\$9.94	\$0.00	100.00%	0.00%
4. Google Store: English - EU, APAC & ROW	0	1,184,437	15,914	\$6,717.03	1.34%	\$0.42	\$0.00	100.00%	0.00%
Find Campaign	containing	Go	Go to:	1	Show rows:	10	1 - 4 of 4	4	8

Campaigns Ad groups Settings Ads Keywords Networks Audiences Dimensions Topics ▾

All but deleted campaigns Segment Filter Columns Search View Change History

Jun 20, 2010 Jun 7, 2011

**New campaign** Change status... Alerts Automate

	Campaign	Budget	Status	Clicks	Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost	Avg. Pos.	Relative CTR	Impr. share
□	Clothing Campaign - Display	\$20.00/day	Eligible	39	118,952	0.03%	\$1.14	\$44.61	3.3	1.2x	17.37%
□	Designer Clothing	\$5.00/day	Eligible	0	0	0.00%	\$0.00	\$0.00	0	--	--
□	Display Campaign #1	\$5.00/day	Eligible	75	855,765	0.01%	\$1.45	\$108.72	2.6	0.5x	< 10%
□	Display Campaign #2 (Managed)	\$5.00/day	Eligible	47	120,661	0.04%	\$2.54	\$119.34	1	2.0x	< 10%
□	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

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

J'aime 57

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 - su 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



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

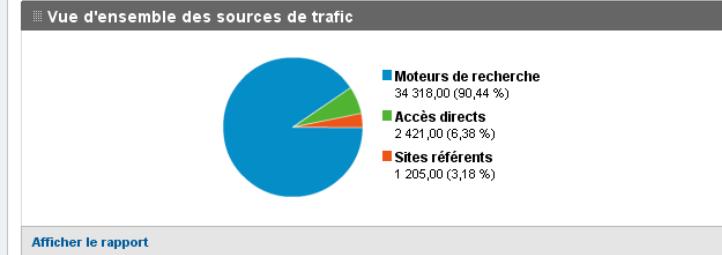
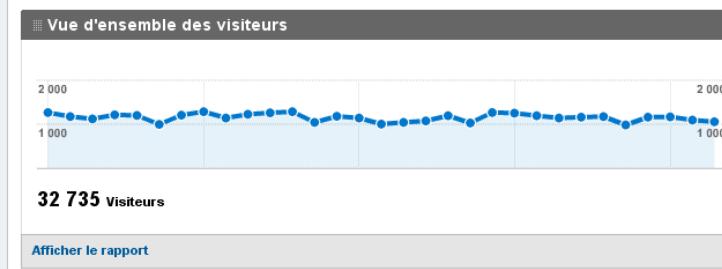
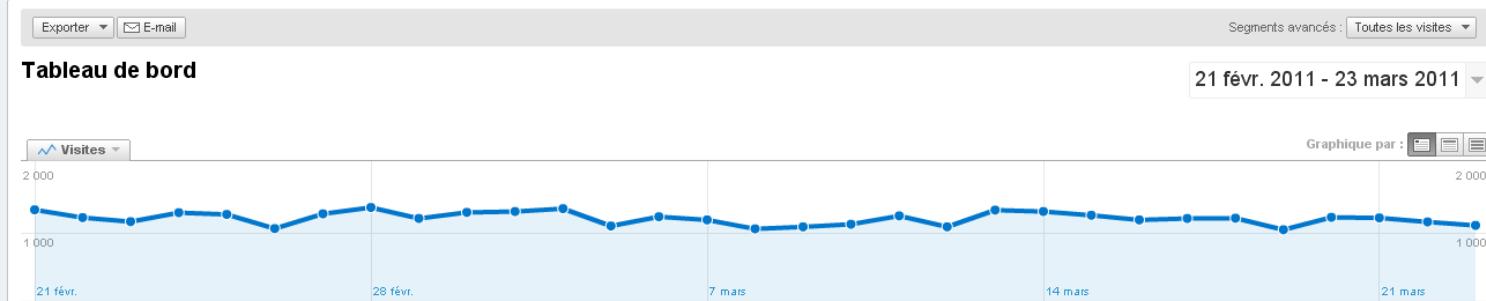
## Création de rapports personnalisés

## Mes personnalisations

- Rapports personnalisés
- Segments avancés
- Alertes Bêta
- E-mail

## Ressources d'Aide

- À propos du rapport
- Atelier - Conversions
- Questions courantes



**Vue d'ensemble du contenu**

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

Afficher le rapport

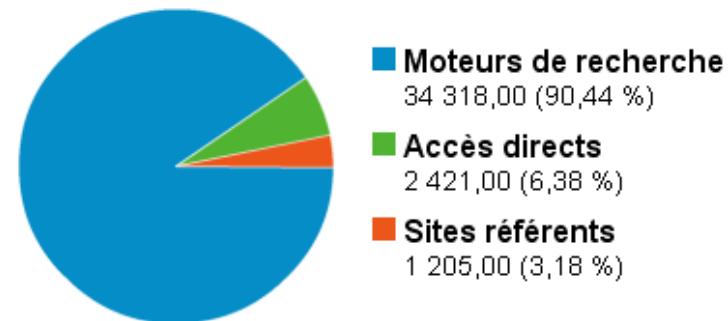
# Sources de trafic

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



## 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](#)

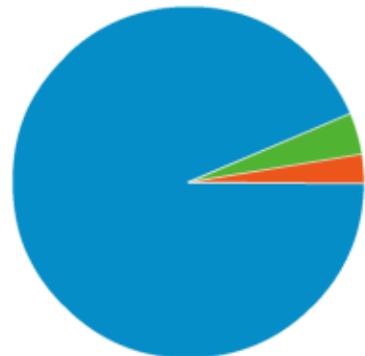
## Tableau de bord

1 août 2010 - 30 sept. 2010

Graphique par :

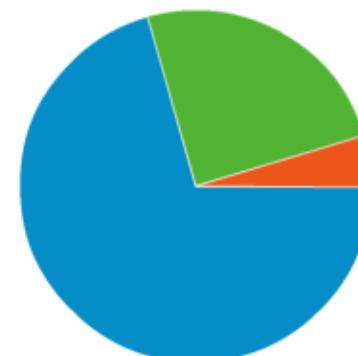


### Vue d'ensemble des sources de trafic



Afficher le rapport

### Vue d'ensemble des sources de trafic



Afficher le rapport

# La longue traîne...

**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](#)

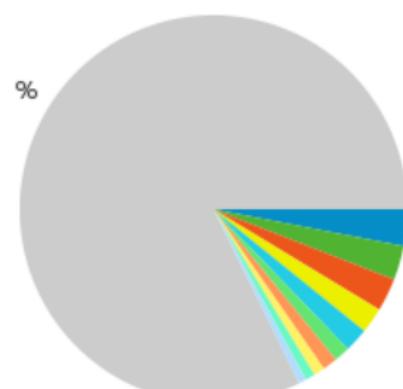
**Fréquentation du site** **Ensemble d'objectifs 1** Type d'affichage :

<b>Visites</b> <b>34 101</b> Total du site (en %) : 90,49 %	<b>Pages par visite</b> <b>1,66</b> Moyenne du site : 1,67 (-0,44 %)	<b>Temps moyen passé sur le site</b> <b>00:01:21</b> Moyenne du site : 00:01:22 (-0,35 %)	<b>Nouvelles visites (en %)</b> <b>80,98 %</b> Moyenne du site : 80,45 % (0,66 %)	<b>Taux de rebond</b> <b>79,62 %</b> Moyenne du site : 79,33 % (0,36 %)
--	---	--	--	--

Mot clé ▾ Aucun ▾ Visites ▾ Visites Contribution de "Mot clé" au total : Visites ▾

Rank	Mot clé	Visites	Pourcentage
1.	heure de priere marseille	1 039	3,05 %
2.	mariage musulman	971	2,85 %
3.	halal	942	2,76 %
4.	heure de priere lyon	730	2,14 %
5.	le mariage en islam	683	2,00 %
6.	lire le coran	447	1,31 %
7.	mariage islam	422	1,24 %
8.	religion	313	0,92 %
9.	le voile en islam	272	0,80 %
10.	circoncision islam	222	0,65 %

82,28 %



Filtre Mot clé : **contenant** ▾ OK Filtre avancé Accéder à : 1 Afficher les lignes : 10 ▾ 1 - 10 sur 13 943 ▶ ▷

# 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	Pages par visite	Temps moyen passé sur le site	Nouvelles visites (en %)	Taux de rebond		
<b>34 101</b> Total du site (en %) : 90,49 %	<b>1,66</b> Moyenne du site : 1,67 (-0,44 %)	<b>00:01:21</b> Moyenne du site : 00:01:22 (-0,35 %)	<b>80,98 %</b> Moyenne du site : 80,45 % (0,66 %)	<b>79,62 %</b> 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		<b>32 951</b>	1,64	00:01:20	80,99 %	79,93 %
2. bing		<b>573</b>	2,06	00:01:46	85,17 %	71,55 %
3. search		<b>316</b>	2,22	00:01:44	68,35 %	72,78 %
4. yahoo		<b>124</b>	2,21	00:02:24	86,29 %	67,74 %
5. voila		<b>53</b>	2,66	00:02:06	98,11 %	58,49 %
6. ask		<b>48</b>	2,00	00:01:21	75,00 %	68,75 %
7. aol		<b>32</b>	1,50	00:01:53	78,12 %	68,75 %
8. alice		<b>3</b>	2,33	00:01:51	100,00 %	33,33 %
9. msn		<b>1</b>	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %

RPM Pages  
Revenu pour mille  
impressions

# Google Adsense

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 €
<b>Moyennes</b>		<b>63 412</b>	<b>879</b>	-	-	-	<b>120,21 €</b>
<b>Totaux</b>		<b>951 186</b>	<b>13 194</b>	<b>1,39%</b>	<b>0,14 €</b>	<b>1,90 €</b>	<b>1 803,22 €</b>

# 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