

IV.1 - Exercice 1 :

1- Définir ce qu'est le SEA.

La SEA c'est la consiste à créer et optimiser des publicités payantes qui s'affichent dans les pages de résultats des moteurs de recherche.

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

Les différents réseaux qu'il est possible de cibler grâce à Google Ads sont :

Réseau display

Réseau YouTube

Réseau de recherche

Réseau shopping

3- Quelles sont les spécificités de chaque réseau ?

Les spécificités de chaque réseau sont :

*Réseau display: permet d'afficher des annonces à Des endroits précis Sur certains sites.

*You Tube : le leader de la diffusion de vidéo.il permet de diffusé de publicité avant le YouTube.

* Réseau de recherche: Correspond aux pages des résultats se recherche.

*Réseau shopping : qui apparaît sous forme de bande avec différents produits en relations avec la quête.

4- Expliquer les différences entre le SEO et le SEA.

SEO	SEA

<ul style="list-style-type: none">-Il est l'abréviation de search engine optimization.-Obtenir un bon classement dans les pages de résultats de recherche organique de Google.-Il peut prendre plusieurs mois.-En force la notoriété de la marque et la confiance des internautes.- le référencement comprend toutes les activités qk vous allez mettre en œuvre pour que votre site web obtienne un meilleur score dans les résultats organique des moteur de recherche tels que Google.	<ul style="list-style-type: none">-Il est l'abréviation de search engine advertising-il est connu sous le nom de PPC ou Pay-Per-click.- Les annonces des moteurs des recherches sont immédiatement. c'est dire il permet de mener une campagne d'acquisition limité dans le temps.- il s'agit du processus consistant à faire de la publicité directement sur Google et d'autre moteur de recherche similaire.- les moteurs de recherche affichent les annonces de votre entreprise dans les résultats de recherche au-dessus des résultats organiques.
---	---

•

IV.2 - Exercice 2 :

1- Comment est structuré un compte Google Ads ?

La structuré un compte Google Ads est en trois parties , tel que

La campagne

Le groupe d'annonces

Et le mots-clés et l'annonce

2- Comment établir un bon ciblage ?



Pour établir un bon ciblage est important de base sur trois questions tel que :

Quel type de produit ou de service je vends ?

Quelle est mon audience ?

Quel réseau choisir ?

3- Comment bien gérer son budget ?

Pour bien gérer son budget sur Google

Ads se détermine par un montant journalier que la campagne peut dépenser. Il faut donc établir un budget quotidien que Google dépensera tout au long de la journée.

4- Qu'est-ce que le CPC ?

Le CPC c'est l'abréviation Coût Par Click qui se définit comme un mode de facturation des espaces publicitaires.

Créez-vous un compte Google Ads en suivant ce lien :

<https://support.google.com/google-ads/answer/6366720?hl=fr>

IV.3 - Exercice 3 :

Vous êtes de nouveau webmaster pour sport-univers.

1 - Connectez-vous à votre compte Google Ads et trouvez au moins 10 mots-clés sur les thématiques du sport grâce à l'outil de planification des mots-clés de Google Ads :

https://ads.google.com/intl/fr_fr/home/tools/keyword-planner/

2- Listez les mots-clés avec le volume de recherche mensuel et les CPC pour chacun d'eux.

- 3- Tapez ces mots-clés dans la barre de recherche Google et essayez de trouver des annonces Search. Identifiez au moins 3 concurrents potentiels.

IV.4 - Exercice 4 :

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

Réseau shopping c'est le réseau qui vous permettra d'améliorer considérablement votre retour sur investissement publicitaire. Il est la plateforme référente pour gagner de la visibilité sur Google surtout lorsque vous avez un site e-commerce.

- 2- Tapez dans la barre de recherche les mots-clés que vous avez trouvés dans le cours sur le réseau Search, et identifiez des produits sur le réseau Shopping.

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

Il est possible de demander à Google de scanner le titre de la page produit et la description du produit, ou bien de scanner la balise

Titre et la meta description dans le code.

- 4- Comment optimiser une campagne Shopping ?

Pour optimiser une campagne shopping il faut baser sur quelque mot qu'on classe en pyramide mais ici, on a juste de site ces mots par base ou le pied du pyramide : structure de compte, mots-clés, Enchères, publicités, et finalement l'ajustement de l'enchère.

IV.5 - Exercice 5 :

- 1- En quoi consiste le réseau Display ?

Le réseau display c'est utilisé pour afficher des publicités en dehors des moteur de recherche, proposé aux annonceurs par Google diffuse sur son réseau et sous différentes formes des publicités de type bannières tel que textes, vidéos, image.

2- Quel en est l'usage le plus fréquent ? (acquisition, retargeting...) Pourquoi
Il en est l'usage le plus fréquent parce que

3- Quels sont les différents ciblage possibles ?

Ciblage par mot-clé

Ciblage par placement

Ciblage par thème/sujet

Ciblage par intérêt.

4- Quelles sont leurs différences et leurs particularités ?

Ciblage par mot-clé.	Ciblage par placement	Ciblage par thème- sujet	Ciblage par intérêt
- il permet de se placer sur des sites automatiquement en laissant Google se charge de trouver des sites	-Il consiste dans le fait de choisir soi-même les sites où l'on souhaite voir apparaitre les publicités.	-Il permet de placer des publicités sur des sites qui traitent d'un thème en particulier. -Il permet de cibler tous les	-Il analyse le comportement de navigation des visiteurs et surtout leurs intérêts. - il permet de toucher des gens qui

en rapport avec les mot- clé.	- il permet de choisir bien précisément les sites web, tel que application ou vidéo You tube sur lesquels apparaitre.	sites, chaines, application traitent du thème choisi.	présentent un intérêt pour votre produit certes, mais également d'afficher la publicité sur un site qui n'a rien à voir.
-------------------------------	---	---	--

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

IV.6 - Exercice 6 :

1- Où apparaissent les vidéos sur le réseau YouTube ?

Les vidéos sur le réseau You tube est apparaissent avant la vidéo que l'internaute choisit de visionner.

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

- Analyser les besoins de son client (phase de découverte client)
- L'argumentaire de vente pour convaincre
- Le traitement des objections commerciales
- L'étape de la négociation
- Conclure de la vente (closing)
- Le maintien de la relation commercial.

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

IV.7 - Exercice 7 :

1- Qu'est ce que le retargeting ?

Le retargeting ou reciblage publicitaire c'est une technique de marketing en ligne permettant de cibler les visiteurs d'un site ou d'une page web. et ayant donc déjà démontré de l'intérêt pour une marque , un produit ou un service avec une de publicité display.

2- Connectez-vous à votre compte Google Ads et créez une audience de retargeting.

3- Créez une campagne de retargeting de Display intelligent en ciblant votre audience de retargeting.