

CONSEILS POUR UN RÉFÉRENCEMENT PAYANT EFFICACE

Qu'est-ce que le référencement payant ? Quels avantages procure-t-il face à un référencement naturel ? Le référencement payant est-il à prioriser ou complémentaire au SEO naturel ? Comment bien l'optimiser ? OROSAND répondra à toutes ces questions afin de maximiser efficacement votre stratégie marketing digitale.

PARTIE I- QUAND PARLE-T-ON D'UN RÉFÉRENCEMENT PAYANT ?

a) Définition du concept

Le référencement payant, également appelé Search Engine Advertising (SEA) en anglais,, désigne toutes les actions qui relèvent de la création et de l'optimisation des publicités qui s'affichent dans les résultats des moteurs de recherche tels que Google Adwords par exemple. On parle parfois de liens sponsorisés, ou tout simplement de search. Ces liens apparaissent généralement au-dessus ou à droite des résultats naturels dits résultats SEO.

L'achat de liens sponsorisés fonctionne sur un système d'enchères, généralement en CPC (coût par clic). Plus le montant de votre enchère est élevé, plus votre annonce a de probabilités apparaître dans la page de résultat lorsqu'un internaute tape le ou les mots-clés que vous ciblez.

b) L'enjeu du référencement payant

Le référencement payant ou SEA, permet d'augmenter rapidement votre classement sur les moteurs de recherche en fonction d'un budget donné. La mise en place d'une stratégie de référencement payant demande une première analyse de votre concurrence, de vos moyens et du budget que vous souhaitez y allouer. Vous pouvez choisir d'utiliser directement les outils existants comme *Google Adwords* étant leader dans ce domaine, ou de faire appel à un expert en référencement internet tel que les agences spécialisées dans le web. Dans tous les cas, vous devrez prendre en compte le suivi et l'analyse des résultats.

- ❖ Si vous venez de créer votre site Internet, il est plutôt conseillé de commencer par mettre en place une campagne de référencement payant plus ciblée, tout en travaillant votre référencement naturel : cela vous permettra de gagner rapidement en visibilité.
- ❖ Si vous disposez déjà d'un site internet référencé mais que votre classement vous semble assez faible, il est préférable de vérifier si votre référencement naturel est bien optimisé. C'est pourquoi le référencement payant peut vous aider à repartir sur

de bonnes bases en attendant d'améliorer votre site internet, mais ce mode de référencement ne doit pas se substituer au référencement naturel.

Maintenant que nous connaissons les bases du référencement payant, penchons nous sur la manière d'obtenir une visibilité sur le web grâce à ce mode de référencement.

PARTIE II- COMMENT OBTENIR DES RÉSULTATS INSTANTANÉS AVEC UN RÉFÉRENCEMENT PAYANT ?

a) Les 3 avantages du référencement payant sur internet

❖ Une rapidité d'opération

Le référencement payant offre des résultats instantanés, en effet, grâce à lui, il est possible de mettre en avant son site sur les moteurs de recherche, même si son contenu n'est pas encore bien référencé. Pour un site fraîchement lancé, souhaitant se faire connaître rapidement, c'est la possibilité d'être immédiatement visible auprès de sa cible. Comparé au référencement naturel, qui peut nécessiter du temps pour porter ses fruits, le mode du référencement payant s'avère être un choix bien plus efficace à court terme. En outre, le SEA a le mérite de la simplicité. Nul besoin de réfléchir avec soin au contenu de ses pages, de proposer des ressources originales et de les renouveler périodiquement, afin d'espérer apparaître en bonne place sur les moteurs de recherche. Il suffit d'acheter des mots-clés pertinents afin de pouvoir démarrer sa campagne publicitaire.

❖ Une maîtrise de la cible

Le référencement payant va être privilégié pour des opérations ponctuelles ou ciblées, des promotions ou dans le cas de la saisonnalité d'une activité, autrement dit, il est présent avant tout pour vendre et ne va pas chercher à segmenter son audience, mais plutôt de mettre tout le monde dans le même bateau afin de vendre à plus de prospects possible. Avec une stratégie de référencement payant, l'entreprise garde le contrôle en tout temps. En effet, les campagnes de promotion sont contrôlables en temps réel, on peut analyser les résultats quotidiennement ou chaque semaine et améliorer les textes d'annonces, les stratégies de mot clés, d'enchères et de diffusion en conséquence. C'est ça la magie du référencement payant !

❖ Un bon complément au référencement naturel

Dans la sphère du référencement internet, il est important de savoir comment référencer son site web, en effet, une fois notre stratégie faite, on remarque l'utilité d'allier le référencement naturel avec le payant pour des résultats optimaux. Étant donné que le SEO est une procédure qui prend du temps, le référencement payant est idéal afin de lancer une campagne dans l'urgence. On constate également que les taux de conversion sont plus élevés et ce plus rapidement avec le SEA. Et par la même occasion, vous avez plus de chance de mesurer rapidement votre retour sur investissement (ROI).

En alliant donc les deux modes de fonctionnement, vous aurez la possibilité de lancer des campagnes marketing payantes de manière périodique dans le but d'appuyer votre stratégie de référencement naturel.

Ce mode de fonctionnement comme on l'a vu est très malléable car on choisit plus facilement ce qu'on veut pour du court terme et cette technique reste efficace. Cependant, il existe quelques inconvénients à ce procédé, et c'est ce que nous allons voir.

b) Les 3 défis du référencement payant

❖ Une visibilité éphémère

Le référencement payant, contrairement au référencement naturel, nécessite un investissement financier pour chaque action publicitaire menée afin de garder sa visibilité. Nous avons vu que le référencement payant est très efficace pour des campagnes ciblées ce qui signifie que la conversion peut être limitée, surtout s'il existe une faille dans votre stratégie de mots-clés. Par exemple, en omettant certains mots-clés, vous pouvez passer à côté d'importants visiteurs cibles.

❖ Un investissement financier permanent

D'autre part, ses effets sont immédiats, mais limités. En effet, une fois que le budget que vous avez consacré pour votre référencement payant est dépensé, l'optimisation ne prend plus effet. Si vous n'avez pas travaillé entre-temps l'optimisation de vos contenus web, vous risquez de voir chuter brutalement votre positionnement, et évidemment votre taux de visibilité.

Avec le succès des activités en ligne, le nombre de sites web qui ne cessent d'augmenter (type e-commerce), et un intérêt croissant pour le référencement payant par les entreprises, le coût des prospects peut augmenter et doubler en un rien de temps en seulement quelques semaines. C'est pourquoi il est nécessaire de surveiller et optimiser constamment ses annonces et campagnes publicitaires payantes afin d'éviter de mauvaises surprises.

❖ Une concurrence rude

Dans le référencement payant il y a beaucoup de concurrence et encore moins de places que dans la sphère du référencement naturel. C'est pourquoi, il est dangereux de remettre toute sa stratégie marketing dedans car c'est coûteux, les résultats sont visibles sur une courte période, et la sphère est bouchée vu le nombre d'annonceurs sur le web. En prenant du recul, le référencement payant, si utilisé seul, n'est pas si efficace que cela.

De plus, si vous tenez à développer votre activité sur la durée et fédérer une audience forte ainsi que leur confiance, utiliser un référencement payant vous conduira dans le sens inverse étant donné que l'algorithme ne va pas cibler les besoins de l'utilisateur cible et va proposer des services qui pourront passer à la trappe. Le gros challenge du référencement payant est son incohérence.

PARTIE III- LES CLÉS POUR LA MISE EN PLACE D'UNE STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT PAYANT

a) SEO et SEA complémentaires ?

❖ Les défis du référencement internet sur le web

Comme nous l'avons vu précédemment, travailler son référencement naturel est un travail sur la longueur demandant des compétences en la matière ainsi qu'un suivi régulier. Faire appel à un expert SEO peut rapidement devenir une nécessité, et réduire les coûts. Mais le référencement payant possède des résultats plus intéressants sur le court terme et est un mode plus flexible. Du point de vue des tarifs, ces derniers peuvent s'adapter à tous les portefeuilles, dans le sens où vous pouvez créer votre campagne de référencement afin d'améliorer votre classement en vous définissant un budget précis.

On aurait donc tort d'opposer référencement naturel et référencement payant : les deux faisant partie du même écosystème et, utilisés ensemble, donnent des résultats bien plus intéressants. De plus, si le SEA requiert en théorie moins de connaissances techniques que le SEO, une campagne bien optimisée demande malgré tout une bonne étude des mots-clés et une analyse de l'évolution de son activité. Il faut également prendre bien en compte le fait que, lorsque le paiement s'arrête, votre classement baissera par la même occasion.

Etant donné que le référencement payant s'apparente plus à de la publicité et que le fait de payer pour son référencement en devient une nécessité, qu'il soit naturel ou payant les coûts dépendent par la suite de nombreux autres facteurs comme évoqués précédemment (la concurrence, la qualité des services proposés ou encore les moyens techniques utilisés).

❖ Quelles stratégies de référencement internet adopter ?

Nous avons soulevé le point selon lequel le référencement payant, après construction du message de l'annonce, rend immédiatement visible l'entreprise une fois la campagne publicitaire lancée.

Le référencement naturel quant à lui, va demander un travail plus approfondi de construction afin de rendre visible le site internet de façon naturelle. Il faudra alors compter sur environ plusieurs mois pour envisager une visibilité organique de son entreprise. Ce temps est dû à l'indexation du site internet par les moteurs de recherche conditionnée par la rédaction des contenus ciblés.

On a donc une stratégie à long terme avec le référencement naturel, et une stratégie à court terme avec le référencement payant. Celui-ci prend fin dès la fin de la campagne publicitaire, tandis que le SEO continue à montrer ses effets au fil des mois.

On peut donc envisager que pour l'obtention de meilleurs résultats sur les moteurs de recherche, pour son activité, privilégier ces deux modes de référencement est la clé étant donné que leur force est indéniable lorsque le travail de référencement est effectué conjointement.

b) Les enjeux de la visibilité sur internet avec le référencement payant

Le référencement payant permet d'être visible immédiatement sur des mots clés précis ce qui peut engendrer des contacts; également appelés *leads* en anglais dans la sphère commerciale; assez rapidement avec une bonne maîtrise des coûts. Il suffira donc d'optimiser les campagnes de publicité. Toutefois, plus le choix des mots clés est volumineux et plus il faudra construire des campagnes différentes, ce qui va nécessairement faire augmenter le coût du référencement payant et surtout faire passer à la trappe [la visibilité internet du site web](#).

Le référencement naturel lui, va permettre au site internet d'être visible toujours avec une bonne constance.

Le référencement naturel positionne l'entreprise d'une façon plus légitime et pérenne sur des expressions ou métiers qui vont favoriser la visibilité du site grâce à son expertise plus poussée.

Le référencement naturel va permettre de positionner l'entreprise sur des expressions concurrentielles habituellement coûteuses dans le cadre du référencement payant.

CONCLUSION

En bref, on peut dire que le référencement payant est donc indispensable pour appuyer son référencement naturel car ces deux méthodes d'optimisation sont complémentaires. Il est difficile de réussir une campagne publicitaire et/ou d'optimiser un site en optant uniquement pour l'une ou pour l'autre. Le SEA permet d'atteindre une cible précise, mais dans une durée limitée, alors que le SEO assure une visibilité en continu, et ce même une fois la campagne payante terminée.