

# LE RÉFÉRENCEMENT PAYANT : LA QUÊTE D'UNE VISIBILITÉ WEB SUR GOOGLE

*Qu'est-ce que le référencement payant ? Quel est son rôle ? Ses objectifs pour le web ? A qui est-il adressé ? Quels sont ses différents avantages ? Pourquoi favoriser un référencement payant ? Comment utiliser le SEA efficacement ? Quels sont les différents types de campagnes d'annonce sur Google ?  
Votre agence web OROSAND vous aide à y voir un peu plus clair.*

## INTRODUCTION

Lorsque l'on décide de lancer son site web sur internet, il y a un éventail de paramètres à prendre en compte afin qu'il puisse, premièrement être visible efficacement sur les résultats des moteurs de recherche, mais également se développer sur le long terme. C'est pourquoi, une bonne optimisation de son référencement est de rigueur.

Nous entendons souvent parler des bienfaits du référencement naturel dit SEO, mais le référencement payant n'est pas à négliger, du moins, il reste important une fois combiné au SEO, pour le lancement de site web. Le référencement payant va jouer le rôle de l'outil qui va booster la visibilité d'une plateforme très rapidement.

*Maintenant que le sujet du référencement payant est lancé, voyons plus en détails son rôle et son fonctionnement sur le développement web.*

## PARTIE I - L'ENJEU DU RÉFÉRENCEMENT PAYANT SUR L'ALGORITHME DE GOOGLE

### a) Concepts

#### ❖ Le référencement payant et le SEA : les outils pour la visibilité web

Le référencement payant, également appelé SEA (Search Engine Advertising) en anglais, ou achats de liens sponsorisés en français, est une discipline du marketing digital incluant la location d'espaces publicitaires sur les résultats des moteurs de recherche sous réserve de paiement. Ce type de référencement est primordial afin que le site web soit référencé efficacement en top position des requêtes web spécifiques.

#### ❖ Définition de Google Ads

Google Ads est un programme de publicité en ligne du moteur de recherche Google utilisé par les agences de référencement payant. En effet, il permet aux entreprises de créer des annonces sur le web représentant des produits ou des services dans le but d'attirer les clients et ainsi les fidéliser par la suite. L'utilisation de Google Ads va donc avoir pour principaux résultats de permettre aux annonceurs de promouvoir leur entreprise afin de renforcer la notoriété de leur marque.

Lors de la gestion de votre compte Google Ads, vous avez la possibilité de procéder à diverses modifications telles que la modification de votre campagne publicitaire ou du contenu de votre annonce publicitaire par exemple. De plus, vous avez la possibilité de gérer votre budget comme vous le souhaitez.

Dans le développement d'un référencement payant, Google Ads reste un outil important dans le lancement de campagnes de publicité. En effet, le groupe d'annonces (mots-clés et enchères) va partager un budget ainsi qu'une cible démographique, dans le but de promouvoir et mettre en avant plusieurs produits ou services à l'aide de campagnes ciblées.

***Maintenant que le principe du référencement payant et le fonctionnement de Google Ads sont plus clairs, penchons-nous plus en détail sur le fonctionnement des campagnes publicitaires en ligne.***

## **b) Le fonctionnement des campagnes publicitaires du référencement payant**

### **❖ Le fonctionnement des campagnes de publicité SEA**

Le SEA étant une forme de référencement payant qui se base sur la création d'annonces sur Google. Il va consister à définir des mots-clés qui correspondent à ceux que les utilisateurs recherchent sur le web pour leur permettre de tomber sur les produits et services ciblés une fois leur requête formulée. Après avoir trouver les mots-clés les plus recherchés vous pouvez par la suite passer à la rédaction de vos textes d'annonces publicitaires et fixer le prix que vous souhaitez rattacher à votre annonce.

### **❖ Le but de la campagne de publicité sur Google**

La campagne de référencement payant a pour principal objectif de faire de la publicité sur les résultats du moteur de recherche Google par l'intermédiaire des réseaux sociaux. Donc d'obtenir un retour sur investissement efficace. C'est une méthode qui permet de cibler les prospects pour pouvoir améliorer son trafic et son taux de conversion efficacement.

## **PARTIE II - LES AVANTAGES DU RÉFÉRENCEMENT PAYANT SUR L'ACCROISSEMENT DE LA VISIBILITÉ D'UN SITE WEB**

### **a) Le référencement payant : un pilier indispensable pour les entreprises locales** **?**

L'un des objectifs les plus majeurs lors de l'utilisation du référencement payant reste l'accroissement de la visibilité du site web. En effet, pour les entreprises, ce mode de référencement va les aider à positionner leur site internet en première page des résultats des moteurs de recherche Google. Tout un processus grâce aux mots-clés préalablement définis lors de la création du site ce qui lui a permis de se positionner rapidement et d'accroître sa notoriété par la même occasion.

En plus d'être un mode de référencement web immédiat, il va également vous permettre de contrôler votre image de marque ainsi que votre présence sur le moteur de recherche Google. On peut donc saluer la puissance d'utilisation de ce mode de référencement web sur le court-terme.

Différentes entreprises font appel au référencement payant, cela peut aller de la PME jusqu'aux multinationales. On peut donc remarquer qu'importe leur taille, elles ont un objectif commun d'accroissement de la visibilité de leur activité sur le web. Étant une technique de référencement sur le web permettant d'exposer ses produits et services sur internet et d'en faire la promotion, il devient logique que de nombreuses entreprises la privilégient, en plus d'un référencement SEO.

#### **b) Les étapes de création pour un référencement payant efficace**

Une entreprise doit avoir recours au référencement payant dans le cas où elle désire augmenter rapidement le trafic vers son site web. En effet, les liens sponsorisés conduisant vers son site web vont apparaître en premier sur les pages de résultats de Google cela va donc permettre à l'entreprise en question d'améliorer le classement de son site internet dans le moteur de recherche Google.

Toute entreprise désirant augmenter son chiffre d'affaires doit faire appel au référencement payant étant donné que pour présenter son activité sociale aux clients elle doit avoir un site internet accessible pour les internautes lorsqu'il indique des mots-clés en rapport avec le secteur d'activité de l'entreprise. Le référencement payant permettra donc de relier la recherche de l'internaute dans Google à l'apparition du site en première page de Google.

De plus, la réalisation du référencement payant dépend des objectifs que souhaite atteindre les entreprises. Pour ce faire, il serait important de mettre en place des annonces publicitaires correspondantes à leurs objectifs.

*Une fois les avantages et étapes de création du référencement payant beaucoup plus clairs, il sera important de voir un peu plus en détail les stratégies marketing des campagnes SEA et leurs bénéfices sur le web.*

## **PARTIE III - LES STRATÉGIES MARKETING DU RÉFÉRENCIEMENT PAYANT**

### **a) Les 4 différents formats d'annonce publicitaire pour la visibilité d'un site web**

#### **❖ Les annonces sur le réseau de recherche**

##### **→ Les annonces textuelles**

Ce sont des annonces publicitaires de référencement payant qui sont composées de mots. Elles ont pour principaux avantages de pouvoir être gérées rapidement et facilement par l'annonceur et ainsi attirer le client lors de sa recherche sur Google contenant les mots-clés que vous indiquez dans votre annonce. De plus, il existe des extensions d'annonces qui

donnent des informations supplémentaires sur votre annonce et sur lesquelles il est possible d'ajouter des détails et des coordonnées permettant d'enrichir le contenu de votre annonce.

Également appelées annonces de recherche dynamique et d'appel, elles font partie des annonces les plus courantes sur le réseau de recherche. De plus, il est fortement recommandé de les enrichir d'informations professionnelles telles que le numéro de téléphone, les prix ou encore les horaires d'ouverture afin de proposer un contenu ciblé et de qualité aux utilisateurs web.

#### → **Les annonces d'achat**

Ce sont des annonces shopping qui offrent une présentation de vos produits accompagnée de leurs caractéristiques spécifiques. Ce type d'annonce met en avant votre produit afin que les internautes puissent découvrir ces fonctionnalités avant de passer à l'achat de celui-ci ou même des produits de la même catégorie.

Ces annonces apparaissent généralement à côté des résultats de recherche et vont contenir des images de produits ou services avec des liens vers la boutique en ligne.

#### ❖ **Les annonces d'affichage**

##### → **Le réseau display**

Ce type de réseau est l'un des plus utilisés car il va concerner plus de 90% des internautes sur le web. En effet, ces publicités réactives semi-automatiques permettent de promouvoir un produit grâce à des éléments graphiques et vidéos. Il faudra juste un clic de l'utilisateur pour que la publicité soit réactive.

##### → **Youtube Ads**

C'est le vecteur publicitaire permettant de donner de la visibilité à votre activité à un large panel d'utilisateurs. En effet, avec ses différentes formules de campagnes publicitaires, Youtube Ads est l'un des annonceurs le plus intéressant, dans le mode de diffusion de l'activité de votre marque.

#### ❖ **Les annonces vidéos**

Ce sont des annonces online et promotionnelles qui appartiennent directement au réseau display. Elles ont pour objectif de vous permettre de faire la promotion de vos produits et de vos services. Elles peuvent être diffusées seules ou à l'intérieur de contenus en streaming. Les principaux avantages de ce type d'annonce restent l'offre d'une qualité visuelle et de contenu aux clients.

##### → **La publicité en continu**

Ces types d'annonces sont généralement imprévues et durent 5 secondes avant ou après une vidéo de façon continue.

##### → **La publicité courte**

Ce type d'annonce vidéo est généralement de courte durée s'affichant au cours d'une vidéo pour une durée de 15 secondes. Elle peut être arrêtée ou non, selon le type d'annonce proposée.

##### → **Les annonces de découverte vidéo**

Ces annonces proposées diffèrent selon plusieurs paramètres que ce soit la taille ou l'aspect plus général de l'annonce. Elles sont également propulsées sur Youtube.

### ❖ **Les campagnes d'application**

Ces campagnes s'adressent principalement aux entreprises souhaitant faire de la publicité pour des applications qui seront diffusées sur toutes les grandes plateformes de Google telles que Google Search, Google Play, YouTube, le réseau Google Display ainsi que Google Discover. Il suffira de renseigner le texte, une enchère ainsi qu'un budget de départ, la langue par défaut et la région pour que plusieurs annonces, utilisant différents formats et réseaux, soient générées.

En clair, il existe une multitude de formats lorsqu'il s'agit d'annonces publicitaires sur Google. Chaque entreprise, qu'importe son secteur d'activité, peut aisément trouver le type d'annonce qui lui convient pour ainsi personnaliser sa stratégie marketing digital en fonction de son offre, de ses objectifs et de ses cibles privilégiées.

## **b) Les 5 objectifs de l'élaboration de la stratégie de référencement payant**

### ❖ **Atteindre des prospects ciblés**

Lorsque vous décidez de lancer votre activité sur le web, il est recommandé de faire appel à une agence web spécialisée dans l'optimisation d'un référencement internet afin d'accroître votre taux de trafic et de conversion plus efficacement. C'est pourquoi, il faudra au préalable effectuer une analyse de sa cible potentielle. En effet, tout l'enjeu du référencement payant sera de toucher des utilisateurs précis en lien avec les requêtes de mots-clés étudiées.

En effet, lors de la diffusion de votre annonce avec Google Ads, nous choisissons des mots-clés et expressions clés pour toucher les internautes recherchant les termes associés à ceux-ci. De plus, ces annonces peuvent être diffusées sur des créneaux horaires et des zones géographiques précis.

### ❖ **Contrôler le budget d'annonce publicitaire**

Nous l'avons vu, l'un des objectifs du référencement payant reste la possibilité de contrôler son budget d'annonce publicitaire durant tout le processus. Notre agence Orosand vous accompagne dans votre projet marketing et quête de visibilité web.

Afin d'effectuer un contrôle optimal de votre budget d'annonce, notre agence de référencement payant choisit avec vous le montant que vous voulez investir dans une campagne de référencement web et vous ne payerez que lorsque les internautes cliqueront sur votre annonce publicitaire.

De plus, nous définissons avec vous le budget à allouer en amont de la prestation.

### ❖ **Attirer un éventail d'utilisateurs différents**

Afin de toucher un maximum d'utilisateurs sur le web et de les convertir en nouveaux prospects, il vous faut diffuser vos annonces publicitaires payantes sur tous les supports digitaux tels que les ordinateurs, tablettes, smartphones et les applications ce qui permettra aux internautes et potentiels clients d'avoir un accès optimal à vos produits et vos services.

### ➔ **Sur ordinateurs ou sur tablette**

Il est possible de créer des liens payants qui s'afficheront sous le texte de votre annonce publicitaire et qui vont orienter l'internaute vers votre site web.

### → **Sur mobile**

Il existe une fonctionnalité qu'il est nécessaire d'intégrer dans vos annonces publicitaires sur mobile. Elle se nomme le "click to call". En effet, elle implique la présence d'une extension d'annonce qui affiche un numéro de téléphone cliquable tactilement, permettant en seulement quelques secondes de contacter l'annonceur pour avoir des informations supplémentaires.

### → **Sur les applications**

Lorsque vous diffusez des campagnes publicitaires payantes par le biais d'applications, vous n'avez pas besoin de créer des annonces individuelles. En effet, à partir de vos idées il sera possible de créer plusieurs annonces aux formats différents.

### ❖ **Adapter ses annonces publicitaires aux objectifs de son activité**

Un des aspects importants lorsque vous empruntez la voie du référencement payant et ses campagnes de publicité sur Google reste d'adapter son annonce à ses objectifs sur le web. En effet, les divers formats d'annonces ainsi que leurs fonctionnalités sont une opportunité pour personnaliser celles-ci en fonction de vos objectifs commerciaux.

Par exemple : l'ajout d'un bouton d'appel dans le but de recevoir les appels des utilisateurs, ou encore l'utilisation des annonces vidéos pour faire la promotion de votre marque.

### ❖ **Effectuer un suivi des opérations sur Google**

Dans le cadre des campagnes de publicité du référencement payant, toujours prendre en compte le suivi des annonces publicitaires que vous créez et procéder au calcul de votre retour sur investissement afin de mesurer rapidement l'efficacité et la pertinence de vos annonces. Pour ce faire, il existe quatre leviers d'analyse d'une performance publicitaire :

#### → **Le taux de conversion**

Un autre point très important reste la mesure du taux de conversion, en effet, il est conseillé d'évaluer la différence entre le nombre de visiteurs ayant effectué un achat sur de produits ou de services sur votre site web par rapport au nombre total de visiteurs.

#### → **Le coût par acquisition**

Dans ce cas, il est très important de comparer le coût total de votre campagne avec le nombre total de clients que vous avez acquis.

#### → **Le coût par clic**

Sur ce point, il est nécessaire de regarder le nombre de clic effectué par chaque client sur votre annonce publicitaire.

#### → **Le nombre d'impressions**

Enfin, il sera intéressant d'analyser le nombre de fois où vos annonces se sont affichées à la demande des internautes sur le web.

## **CONCLUSION**

En clair, afin de manipuler le programme de publicité de référencement payant Google Ads correctement, il sera essentiel de mettre en place un certain nombre de méthodes qui vous

permettront de pouvoir créer des annonces ou de mener des campagnes publicitaires payantes qui vous permettront d'attirer une clientèle que vous pourrez fidéliser par la suite. Pour cela il est important de tenir compte de plusieurs critères pour réaliser un bon référencement payant : le choix de bons mots-clés, la rédaction d'annonces textuelles, la création de vidéos, la mise en avant effective de vos produits ou services ou encore la création d'annonces responsives sur le réseau display.