

GOOGLE ADWORDS

Publication d'annonces ciblées

Sommaire

GOOGLE ADWORDS

1. Présentation

2. Ouverture d'un compte

3. Campagne Adwords

1. Nommer votre campagne.....	4
2. Type.....	5
3. Zones.....	7
4. Stratégie d'enchères.....	8

4. Création d'annonces

5. Mots clés liés

6. Association à Analytics et Webmaster Tools

1. Analytics.....	9
Webmaster Tools.....	11

7. Remarketing

1. Paramétrages Analytics.....	12
2. Paramétrages Adwords.....	12
3. Paramétrages sur Site.....	12

8. Réseau Display

1. Annonces illustrées.....	13
2. Ciblage dans le réseau.....	13
3. AdWords pour les vidéos.....	13

9. Notions avancées

1. Score de qualité.....	14
2. Extensions d'annonces.....	15

10. Conversions et ROI

11. Outils

GOOGLE ADWORDS

1. Présentation

Le service AdWords de Google va permettre la publication d'annonces dans les liens commerciaux de Google (textuelle/encart pub/vidéo/shopping) lors d'une recherche par mots clés et faire un lien vers une page Web ciblée.

- Présentation : <http://www.youtube.com/watch?v=97IBbRDm6ro>
- Centre d'aide : <https://support.google.com/adwords/?hl=fr&rd=1#topic=3119106>

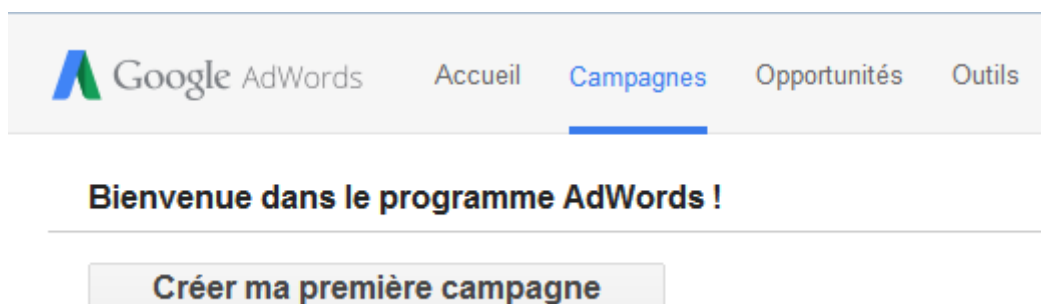
2. Ouverture d'un compte

Comme tous les services Google, accessible avec une adresse Gmail : www.google.fr/AdWords

Si vous n'avez pas de compte gmail : <https://adwords.google.com/>

Aide : <https://support.google.com/adwords/>

3. Campagne Adwords



1. Nommer votre campagne

Possibilité d'associer plusieurs campagnes à un même compte.

Ce nom ne sera pas affiché mais vous permettra de vous organiser dans le back-office d'Adwords.



Possibilité d'organiser ses campagnes :

- Par thématique (ex : pantalon-jupes-accessoires...)
- Par Géolocalisation (ex : Paris-Lyon-Toulouse)
- Par source de trafic (Display-Search-Shopping) - conseillé
- Par types d'appareils (ordinateurs, tablettes-mobiles)
- ...

2. Type

Détermine où seront affichées vos annonces



- **Résultats de recherches** : liens commerciaux

Google objets décoration interieure

Web Images Shopping Vidéos Actualités Plus ▼ Outils de recherche

Environ 20 000 000 résultats (0,22 secondes)

Savane Objet Design et Decoration Interieure Mobiliermoss ⓘ
Annonce www.mobiliermoss.com/magasin ▼ 05 63 75 63 71
 4,1 ★★★★★ avis sur mobiliermoss.com
 Achetez a petit prix 40min Toulouse Venez sur place pour en discuter

Déco intérieur Toulouse - Spécialistes de la décoration
Annonce www.myhomedesign.fr/Décoration ▼ 0 805 35 47 21
 Conseils et accompagnements
 Nos Réalisations - Coordination de Chantier - Home Book - Home Staging

Objets décoratifs - Maisonsdumonde.com
Annonce www.maisonsdumonde.com/objet-decoratif ▼
 4,3 ★★★★★ avis sur maisonsdumonde.com
 Pour le salon ou la chambre + de 300 objets déco pour la maison
 Maisons du Monde a 6 237 abonnés sur Google+
 Tous nos objets déco - Notre décoration murale - Meubles et produits déco

- **Réseau display** : sites partenaires de Google, publication dans une page Web

Exemple sur le site commentcamarche.net

Annonces Google

Créer un site web Gratuit

Le plus simple de France, sans pub Avec domaine. Essayez gratuitement!

123siteweb.fr/_Site-Web-Gratuit

Sauvegarde / reprise IT

26 pages de critères technologiques pour comparer/choisir une solution.

www.guidescomparatifs.com

- **Shopping** : sur Google Shopping : <http://www.google.fr/shopping?hl=fr>

Note depuis octobre 2014, l'affiliation à google shopping se fait au moment de la création de la campagne et plus dans la selection du type :

<https://support.google.com/adwords/answer/3455564>

Exemple de recherche de smartphone sur Google shopping

Web Images Maps **Shopping** Plus ▾

Téléphones mobiles › Smartphone

Les plus populaires



[Apple iPhone 5s Smartphone - 4G - 16 Go - 3G - Or](#)

527,99 € dans + 25 magasins

★★★★★ 114 avis sur le produit N°1 dans la catégorie Téléphones

Apple · Smartphone · iOS · Ecran 4 po · Caméra 8 Mpx · Quadri-bande
L'iPhone 5s a été imaginé dans une optique précise. Élaboré avec un s

Pour être diffusé dans Google shopping, ouvrir au préalable un compte [Merchant center](#)

3. Zones

Les internautes des zones géographiques définies verront l'annonce. Vous pouvez choisir un ou plusieurs pays, région, département, ville.

Zones ? Quelles zones géographiques voulez-vous cibler (ou exclure) dans votre campagne ?

- Tous les pays et territoires
- France
- Je souhaite choisir moi-même...

Zones ciblées	Audience ?	Tout supprimer
Toulouse, Midi-Pyrénées, France - ville	2 870 000	Supprimer À proximité

Indiquez un emplacement à cibler ou à exclure. [Recherche avancée](#)

Par exemple, un pays, une ville, une région ou un code postal.

4. Stratégie d'enchères

Le coût d'un clic sur votre annonce varie en fonction du mot clé lié et du temps. Il est préférable de laisser Adwords définir les enchères.

Vous fixez également un budget à ne pas dépasser. Au-delà de cette somme l'annonce n'est plus publiée.

Stratégie d'enchères [?] Options de base | [Options avancées](#)

Je définis manuellement mes enchères pour les clics.

AdWords définira mes enchères dans le but de générer le plus grand nombre

Budget [?] € par jour

Les dépenses quotidiennes réelles peuvent varier. [?]

4. Création d'annonces

Vous allez rédiger le texte de votre annonce qui doit être la plus ciblée possible (pas d'annonce trop générale) avec des éléments accrocheurs (10% de réduction ...). Le nombre d'annonces est illimité, la facturation se faisant au clic sur l'annonce et non au nombre d'annonces publiées.

[Hôtel économique à Paris](#)
[www.example.com](#)
 Propre et proche du métro.
 20 % de réduction pour les étudiants !

Vidéo de conseil de rédactions : <https://support.google.com/adwords/answer/1704392?hl=fr>

5. Mots clés liés

L'annonce s'affichera lorsque les mots clés que vous avez choisi seront tapés dans le moteur de recherche, enregistrez 2 à 4 mots clés par requête.

<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Mot clé	État [?]	CPC max. [?]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	creation templates Wordp	Requête large	2 €
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Sous traitance webmaster	Requête large Mot clé exact Expression exacte	e d'annonces mis auto : 0,82 €

<https://support.google.com/adwords/answer/2497836?hl=fr>

Vous pouvez choisir :

- **Requête large** : votre annonce sera publiée si l'internaute tape un ou plusieurs mots enregistrés ou proches accompagnée ou non d'autres mots clés.
- **Mot clé exact** : les mots tapés doivent être exactement ceux enregistrés ou variantes proches.
"Les variantes proches incluent les fautes d'orthographe, les formes au pluriel et au singulier, les acronymes, les variantes dérivées d'un même radical (maçon et maçonnerie, par exemple), les abréviations et les accents"
- **Expression exacte** : déclenche la diffusion de l'annonce dans les mêmes conditions que mot clé exact "éventuellement accompagnées d'autres mots placés avant ou après"

Utilisez l'outil de planification de mots clés pour connaître les recherches les plus fréquentes

Vous devez exclure des mots clés qui pourraient être proche de votre activité sans en faire partie. Exemple : exclure « casquette » pour un site faisant de la vente de chapeaux uniquement ...

6. Association à Analytics et Webmaster Tools



1. Analytics

L'association se fait depuis Analytics dans Admin > propriété

Accès au compte	<h2>Google Analytics</h2> <p>Importez des données Google Analytics (comme comportent sur votre site après avoir cliqué sur \</p> <p>Associée : une vue Modifier</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analytics DB > 31 place Web > Toutes les données du site Web
Comptes associés	
Google Analytics	
Outils pour les webmasters	
Paramètres de notification	

Il est alors possible d'afficher dans AdWords des infos analytics dans les rapports :
 « Personnaliser les colonnes »

[Campagnes](#)
[Groupes d'annonces](#)
[Paramètres](#)
[Annonces](#)
[Mots clés](#)
[Audience](#)
[Extensions d'a](#)

Tous les mots clés, sauf ceux supprimés ▾
 Segment ▾
 Filtre ▾
 Colonnes ▾
 


■ Clics ▾ par rapport à Aucune ▾ Tous les mois ▾
 [Personnaliser les colonnes](#)

Personnaliser les colonnes


Sélectionner des statistiques

- Caractéristiques >>
- Performances >>
- Simulateur d'enchères >>
- Google Analytics >>**
- Données des concurrents >>

Ajouter toutes les colonnes	
Taux de rebond	Ajouté
Pages/visite	Ajouté
Durée moy. de la visite (secondes)	Ajouté
Nouvelles visites (%)	Ajouter

Webmaster Tools

L'association se fait depuis Adwords

05-3632 mail.com
 


Accès au compte
Comptes associés
Google Analytics
Outils pour les webmasters
Paramètres de notification
Préférences

Outils pour les webmasters

Importez les résultats de recherche naturels à partir des outils pour les naturels, à la fois séparément et conjointement [En savoir plus](#)

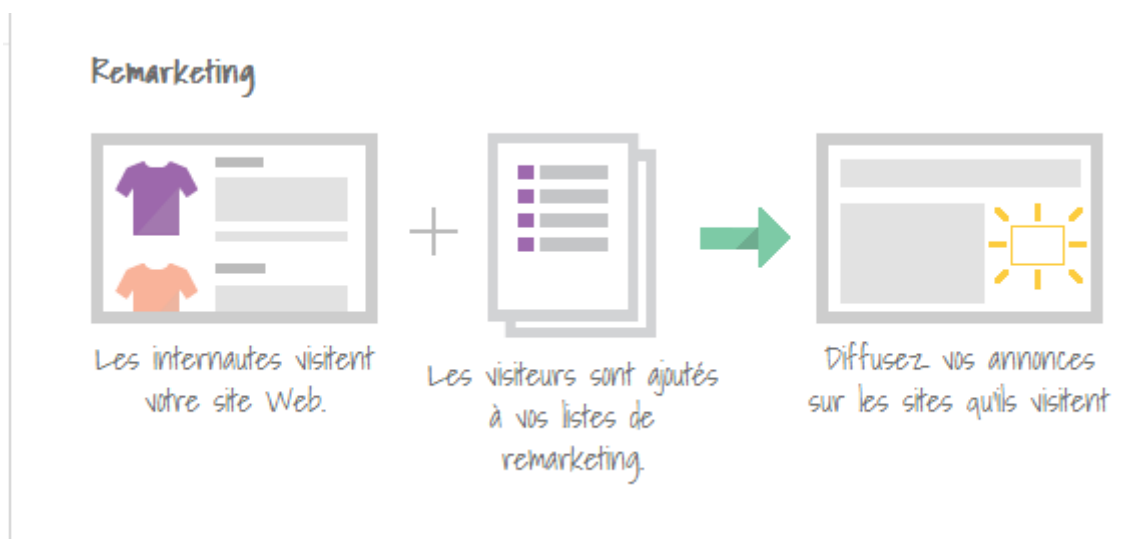
+ Associer un nouveau site

Trier par : Date de modification ▼

www.31-place-web.net

✓ Associé (dissocier)

7. Remarketing



Le remarketing est une "fonctionnalité permettant de cibler les internautes ayant déjà visité votre site Web. Vos annonces peuvent être diffusées auprès de ces clients lorsqu'ils visitent d'autres sites Web du Réseau Display de Google."

La publicité est ainsi ciblée en fonction des centres d'intérêt des visiteurs lors des visites sur d'autres sites.

Mettre en place une campagne de remarketing

(<https://support.google.com/adwords/ans>) implique d'effectuer des actions dans Analytics, Adwords et sur site.

1. Paramétrages Analytics

Admin > propriété > Remarketing. Créer une liste de remarketing.

2. Paramétrages Adwords

Bibliothèque partagée > Audience. Les listes créés dans Analytics apparaissent.

Exclusions d'emplacements au niveau de la campagne

<input type="checkbox"/>	Audience ↑	Type ?	État d'adhésion ?	Durée de validité de l'inscription ?
<input type="checkbox"/>	Audience gérée par Google Audience gérée par Google	Basée sur les balises Google Analytics	Ouverte	30 jours
<input type="checkbox"/>	Visiteurs page contact Contact (Réalisations de l'objectif 1) > 0	Basée sur les balises Google Analytics	Ouverte	30 jours

Les rapports ne sont pas générés en temps réel. Il est donc possible que les clics et les impressions enregi

3. Paramétrages sur Site

Une balise est à poser sur le site avant la fermeture de <body>

Balise de remarketing Plus d'infos **Configuration**

Votre compte a été configuré de manière à utiliser le code de suivi Google Analytics pour le remarketing.

Consultez le centre d'aide de Google Analytics pour trouver plus d'informations sur le [code de suivi de Google Analytics et sa configuration](#).

▼ **Afficher la balise de remarketing AdWords et les instructions**

Ajoutez ce code à toutes vos pages Web, juste avant la balise </body>. [En savoir plus](#)

```

<!-- Code Google de la balise de remarketing -->
<!--
Les balises de remarketing ne peuvent pas être associées aux informations
personnelles ou placées sur des pages liées aux catégories à caractère sensible. Pour
comprendre et savoir comment configurer la balise, rendez-vous sur la page
http://google.com/ads/remarketingsetup.
-->
<script type="text/javascript">
/*  */
var google_conversion_id = 1006174537;
var google_custom_params = window.google_tag_params;
</pre>
</div>
</div>
</div>
<div data-bbox="742 767 904 790" data-label="Section-Header">
<h2>8. Résea</h2>
</div>
<div data-bbox="92 791 254 817" data-label="Section-Header">
<h3>u Display</h3>
</div>
<div data-bbox="92 846 392 867" data-label="Section-Header">
<h3>1. Annonces illustrées</h3>
</div>
<div data-bbox="92 866 904 884" data-label="Text">
<p>Il est possible aujourd'hui de créer des bandeaux publicitaires (et pas seulement des annonces</p>
</div>
<div data-bbox="436 901 490 919" data-label="Page-Footer">
<p>11/16</p>
</div>
<div data-bbox="664 903 915 931" data-label="Page-Footer">
<p>Octobre 2014 - Damien Boutonnet<br/>
<a href="http://www.31-place-web.net/">http://www.31-place-web.net/</a></p>
</div>
```

textuelles) grâce à un outil de proposé gratuitement dans Adwords.

Renseigner l'URL de la page cible, Google crée l'annonce (animation) seul !

2. Ciblage dans le réseau

3. AdWords pour les videos

Un nouveau format vidéo vient d'être proposé pour adwords, permettant de diffuser son annonce sur la chaîne Utube : <http://www.google.fr/ads/video/>

Support : https://support.google.com/adwords/answer/2375425?hl=fr&ref_topic=3119118

9. Notions avancées

1. Score de qualité

Note sur 10 attribuées par Google aux mots clés choisis pour un groupe d'annonces.

Un bon score de qualité assure :

- Une meilleure place dans les résultats de recherches
- Un CPC plus bas

Il prend en compte essentiellement :

- La requête de l'internaute
- Le titre et la description de l'annonce en fonction de la requêtes
- La pertinence de la page de destination

Affichage score de qualité des mots clés dans rapports

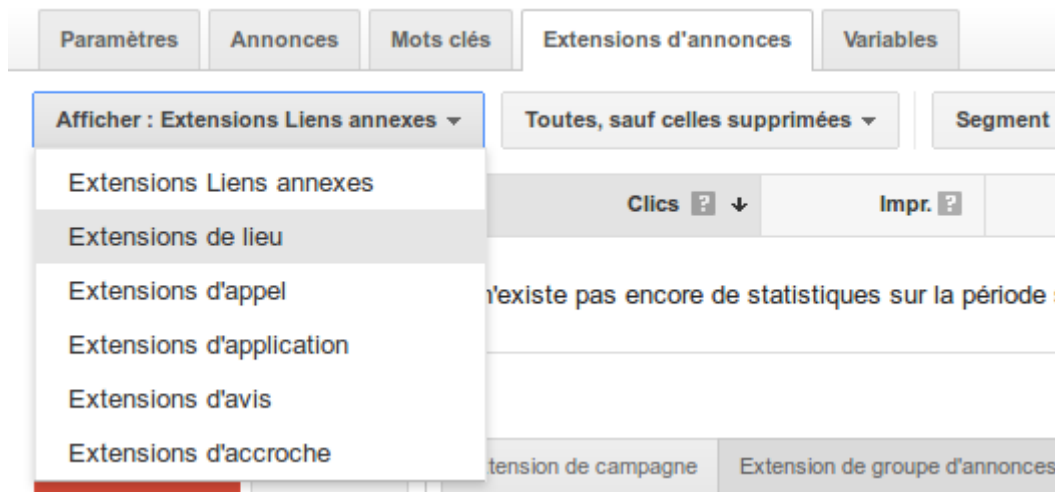
Personnaliser les colonnes

Sélectionner des statistiques

Performances	>>	Stratégie d'enchères	Ajouter
Caractéristiques	>>	Type de stratégie d'enchères	Ajouter
Simulateur d'enchères	>>	URL dest.	Ajouter
Google Analytics	>>	Niv. qual.	Ajouté
Données des concurrents	>>	Estim. enchère première page	Ajouter
		Est. de l'enchère de haut de page	Ajouter
		Type de corresp.	Ajouter

2. Extensions d'annonces

Enrichir vos annonces en y apportant des informations complémentaires (téléphone, liens vers d'autres pages du site, localisation).



Vidéo de présentation : <https://support.google.com/adwords/answer/237>

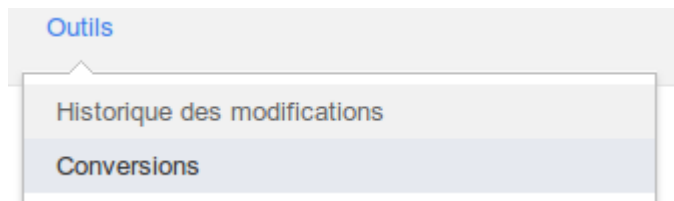
Affichage des extensions d'annonces

L'affichage se fait automatiquement (décidé par Google) dans les emplacements premiums (haut de page de recherches > importance du score de qualité pour être bien positionné.

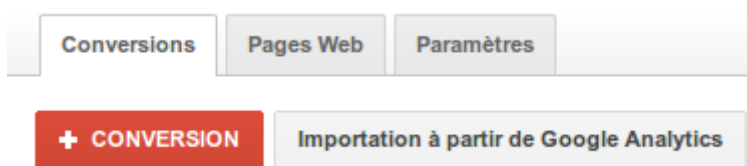
Cout

- « aucuns frais ne vous seront facturés pour les clics effectués sur les extensions d'avis, les annotations de réseau social et les extensions d'avis sur le marchand »
- « des frais vous seront facturés pour les clics effectués sur le bouton de téléchargement (extensions d'application), sur le bouton d'appel (extensions d'appel), sur un repère de carte (extensions de lieu) »

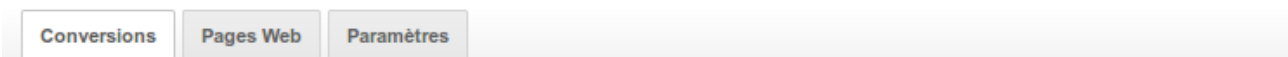
10. Conversions et ROI



Si les objectifs ont été paramétrés dans Analytics, possibilité de les importer



Actions de conversion



Importer des conversions Google Analytics

	Nom de l'action	Objet du suivi	Vue
<input checked="" type="checkbox"/>	Visite supérieure 2 min (Toutes les données du site Web)	Prospect	Toutes les données du site Web
<input checked="" type="checkbox"/>	Contact (Toutes les données du site Web)	Consultation d'une page clé	Toutes les données du site Web



De nouvelles colonnes apparaissent alors dans les rapports.

Conversions ?	Coût/conv. ?	Taux de conv. ?	Conv. après affichage ?
---------------	--------------	-----------------	-------------------------

Coût/conversion : combien as-t'il fallu dépenser pour réaliser un objectif ? Est-ce rentable?

11. Outils

- Planificateur de mots clés. En début de campagne pour choisir des mots clés souvent recherchés, faire des prévisions de trafic...
- Annonces réseau display. Donne des informations sur le volume de recherche et sur quels types de sites votre annonce pourra être publiée
- Prévisualisation position de l'annonce. Tester son annonce et les mots clés liés en situation réelle sans que ce soit compatibilisé dans Google.

Simplification de la gestion des codes à insérer dans le HTML :

<http://www.google.fr/tagmanager/>