

# 12 raisons pour lesquelles vous devriez utiliser Google Ads

1. Les entreprises génèrent en moyenne 2\$ de revenus pour chaque dollar dépensé sur Adwords. (Google)
2. Les résultats de Google AdWords reçoivent 65 % des clics lorsque la recherche commence avec des mots clés en lien à l'achat, tandis que les résultats organiques n'en reçoivent que 35 %. (Craig McConnel)
3. En moyenne, 41 % des clics sont dirigés vers les 3 premières annonces payantes sur la page de résultats de recherche. (Wordstream)
4. Les visiteurs PPC sont 50 % plus susceptibles d'acheter quelque chose que les visiteurs organiques. (Unbounce)
5. Env. 70 % de toutes les recherches en ligne sont des recherches sur Google.
6. Les campagnes de visibilité sur Google atteignent 80 % des internautes mondiaux. (Google Benchmarks y Insights)



# 12 raisons pour lesquelles vous devriez utiliser Google Ads

7. Attirer plus de clients
8. Annoncer localement ou globalement
9. Atteindre les bonnes personnes au bon moment
10. Gérer votre campagne
11. Ne payer que pour les résultats
12. Pas de budget minimum



# AVANT DE COMMENCER...



- Qu'essayez-vous de vendre ? Quel produit ou service essayez-vous de montrer ?
- Avez-vous un site Web / une page de destination sur ce produit ou service ?
- Votre site peut-il le vendre ?
- Peut-on le payer sur votre site ?
- Quels sont vos objectifs ?

# AVANT DE COMMENCER...

Définissez vos buts et objectifs :

-  Achats sur votre site web
-  Visites du site Web
-  Réaliser des actions sur votre sites Web  
(par exemple, remplir un formulaire)
-  Appels à votre entreprise
-  Voir votre annonce
-  Visiter votre entreprise

# QUE SONT LES MOTS CLÉS ?

## Keywords are the key

People **find websites** through keyword searches



There are three different **keyword types**



browsing



comparing



buying

The **intention** behind the keyword is important



Mots ou expressions qui décrivent le produit ou le service de votre choix pour vous aider à déterminer quand et où votre annonce peut apparaître.

# Création d'une liste de mots clés

- ▶ Penser comme un client
- ▶ Mots spécifiques pour des clients spécifiques
- ▶ Mots clés généraux
- ▶ Mots clés similaires dans les groupes
- ▶ Nombre correct de mots clés (15 à 20)





# COMMENT ATTEINDRE VOS NOUVEAUX CLIENTS ?

## OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

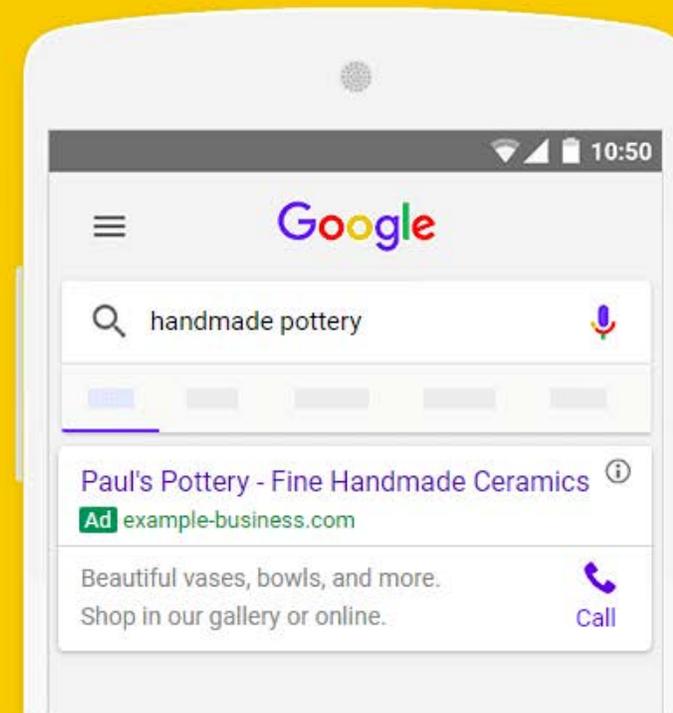
- Ventes
- Leads qualifiés
- Trafic du site Web
- Considération du produit et de la marque
- Connaissance et portée de la marque
- Promotion d'application

# CAMPAGNE DE RECHERCHE



Be just a Google search away.

Search ads appear next to Google search results when people look for products and services you offer. And, you only pay when people engage with your ad, like by visiting your website or calling your business.



# TYPE DE GOOGLE ADS

## ANNONCES DE RECHERCHE

### Aquanauts Scuba Academy - Up to 69% Off With Groupon - groupon.com

[Ad](#) [www.groupon.com/](http://www.groupon.com/)

4.3 ★★★★★ rating for groupon.com

Limited Time Offer. Buy Now & Save on **Scuba** Courses

Types: Beauty, Spa, Food, Drink, Travel

70% Off Restaurant Deals · Fun Things to Do · Spas & Massages · Electronics, Goods & More

### PADI IDC Utila Honduras - GoProUtila.com

[Ad](#) [www.goproutila.com/](http://www.goproutila.com/)

- GoPro with the best package Diving, certs, specialties and more

GoPro & Change Your Life · A Lifestyle Change Awaits

Types: Recreational Training, Professional Training, Rebreather Training, Technical Training

📍 Calle Principal, Utila - +504 2425-3326 - Closing soon · 7:00 AM – 7:00 PM

[Package Deals](#)

[Our Instructor Course](#)

[About Utila Dive Center](#)

[Our Professional Training](#)

A screenshot of a Google search page. The search bar at the top contains the word 'Google' and a search button. Below the search bar, there are several search results, each represented by a blue horizontal bar. The page is framed by a yellow border.

### Search Ads

Advertise to people the moment they search for the products or services you offer.

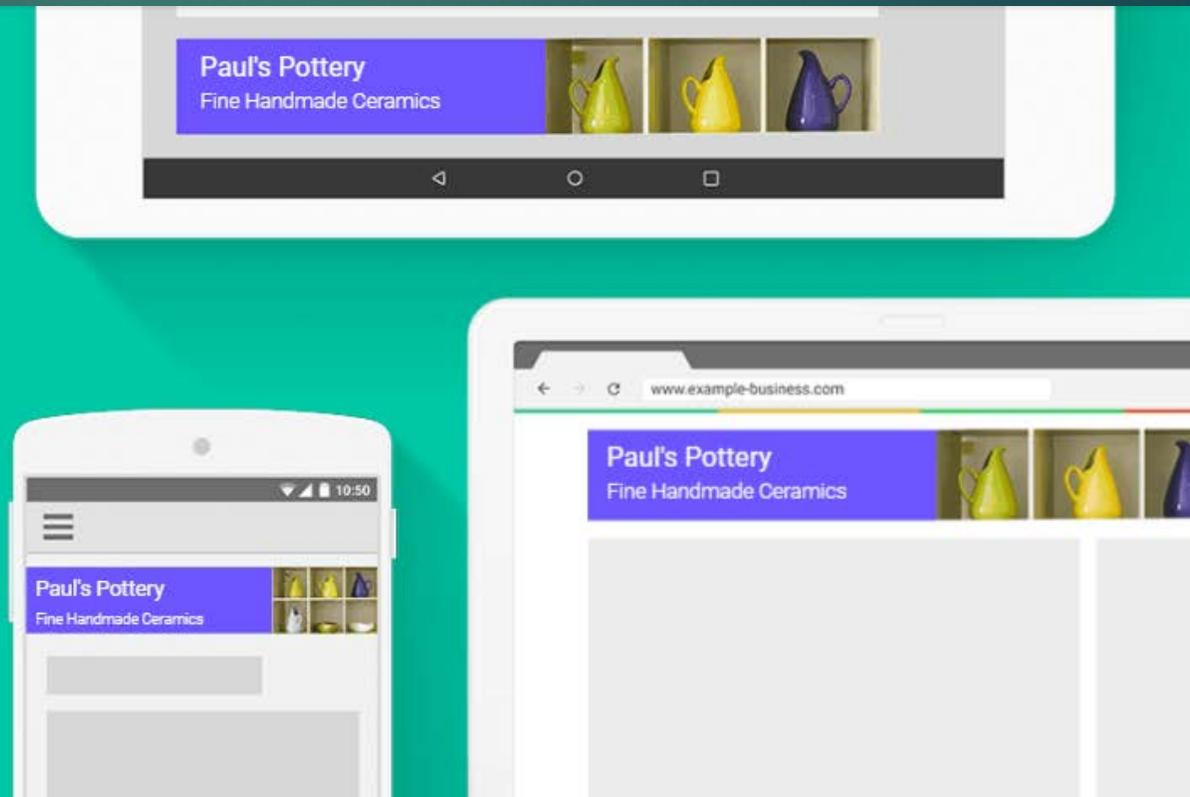
→

# CAMPAGNE DE VISIBILITÉ



Reach customers  
on the web and  
in apps – across  
devices.

Google Ads display ads appear on over two million websites and in over 650,000 apps, so your ad can show up wherever your audience is.



# TYPE DE GOOGLE ADS

RÉSEAU DE  
RECHERCHE  
AVEC  
EXPANSION AU  
RÉSEAU DISPLAY

CONDÉ NAST  
**Traveler** How to Get Scuba Certified—And Why You Should

by Tyler Moss · August 8, 2017



Getty  
More than 3.1 million people in the U.S. scuba dive.

It isn't as daunting as you might think.

"For most people, this is as close to being an astronaut as you'll ever get. It's leaving planet Earth behind and entering an alien world."

That's how Mary Frances Emmons, deputy editor of *Scuba Diving* magazine, describes the thrill of strapping on a self-contained underwater breathing apparatus and plunging into the depths of the sea. She's not alone in her excitement: Scuba diving is an immensely popular sport, with more than 3.1 million participants in the U.S., according to a 2017 report by the Sports & Fitness Industry Association. Even so, potential divers might be intimidated by the required training and perceived costs, or by how the hazards of the sport are depicted in pop culture (*The Shallows*, anyone?). But below the choppy surface, scuba diving is a safe, accessible pastime unlike any other.

**How to Get Certified**

While certification is not required by law, no respectable dive shop or scuba tour company will provide equipment or services to a person who cannot show a valid C-card (a small plastic card proving that you've taken the proper certification classes). Thankfully, opportunities to receive



# TYPE DE GOOGLE ADS

RÉSEAU DE RECHERCHE  
AVEC EXPANSION AU  
RÉSEAU DISPLAY :



The image shows a screenshot of the website **elmostrador**. At the top, there is a search bar for "The Story of Your Surname" with the URL [ancestry.com/Last-Names](http://ancestry.com/Last-Names) and a text input field "Enter your last name to find out." Below the search bar is the website's navigation menu with categories: **Noticias**, Mercados, TV, Cultura, Vida, Braga, E-pistolas, Avisos Legales, and a **Buscar** button.

The main content area features several article thumbnails with titles in Spanish, such as "[FOTOS] Así se vivió el Día del Patrimonio a lo largo del país" and "[FOTOS] Los mejores cosplays que dejó el exitoso segundo día de la Comic-Con Chile".

In the center, there is a social media widget for "El Mostrador" showing 448,603 likes and a "Me gusta esta página" button. To the right of this widget is a newsletter sign-up form titled "Inscríbese y reciba en su correo el Newsletter La Pauta de El Mostrador" with a text input field for an email address and a "Escribanos" button.

At the bottom of the page, there is a large banner advertisement for "PADI WOMEN DIVE 15 JUL 17 DAY" featuring a group of women in diving gear. The banner includes the text "GET CERTIFIED" and the PADI logo. This advertisement is highlighted with a red border. The website footer contains the **elmostrador** logo and social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Instagram.

VIVE EL SUR DE CHILE  
CON UN 25% OFF!  
**CYBER  
PUYEHUE**  
ESTE 28, 30 Y 31 DE MAYO  
[WWW.PUYEHUE.CL](http://WWW.PUYEHUE.CL)

VIVE EL SUR DE CHILE  
CON UN 25% OFF!  
**CYBER  
PUYEHUE**  
ESTE 28, 30 Y 31 DE MAYO  
[WWW.PUYEHUE.CL](http://WWW.PUYEHUE.CL)

# TYPE DE GOOGLE ADS

RÉSEAU DE RECHERCHE AVEC EXPANSION AU RÉSEAU DISPLAY :



The screenshot shows a website with several Google Ads placements:

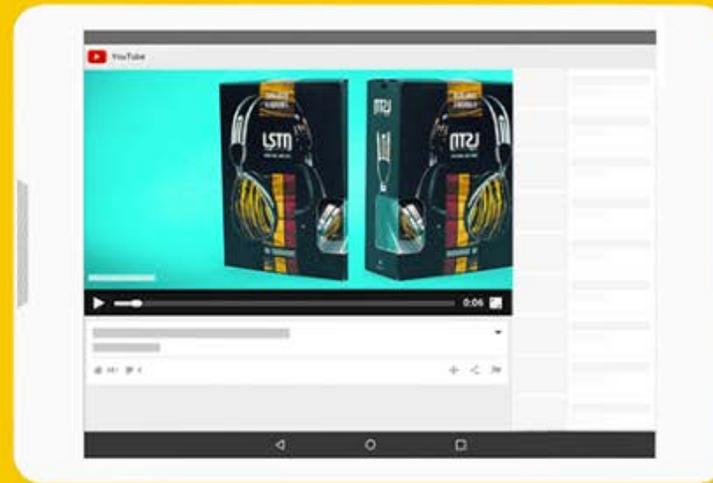
- Top banner:** "The Story of Your Surname" with a search input field.
- Navigation bar:** "elmstrador" logo and menu items: Noticias, Mercados, TV, Cultura, Vida, Braga, E-pistolas, Avisos Legales, and a search button.
- Main content area:** News articles and a "Kiosco" section with links to "Las bodas de oro de Cien Años de Soledad" and "Cómo la 'pornografía' puede acabar con el islamista más radical de Indonesia".
- Vertical ads:** "PUYEHUE" banners on the left and right sides.
- Large vertical ad:** "PADI DIVE 15 JUL 17 DAY" with a "GET CERTIFIED" button.
- Bottom banner (highlighted in red):** "PADI WOMEN DIVE 15 JUL 17 DAY" with a "GET CERTIFIED" button.
- Small vertical ad:** "CYBER PUYEHUE" with dates "ESTE 29, 30 Y 31 DE MAYO" and website "WWW.PUYEHUE.CL".

# CAMPAGNE VIDÉO



## Broadcast your story with YouTube Ads.

Show your video ads to the people who matter most. In other words, you won't waste money advertising to people who aren't interested in your business.

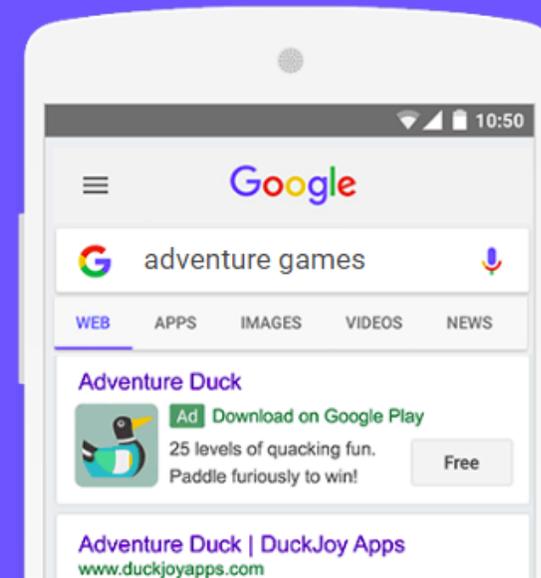


# CAMPAGNE D'APPLICATION UNIVERSELLE



Reach users who  
will love your app.

Universal App Campaigns help you promote your iOS or Android app to billions of users across Google—all from one campaign. Let Google's machine learning help you find the best users and make the most of your budget.



# MESURES UTILES



- **CLICKS** . Chaque fois qu'un utilisateur clique sur l'annonce
- **IMPRESSIONS** . Combien de fois votre annonce est diffusée
- **CONVERSIONS** . Chaque fois qu'un utilisateur clique sur l'annonce puis continue jusqu'à ce qu'il atteigne la page finale, la conversion se comptabilise.
- **REVENU** (peut-être, dépendant de l'entreprise)



# RESSOURCES EN LIGNE

- ▶ <https://blog.hubspot.es/marketing/7-mejores-herramientas-gratuitas-para-buscar-keywords>
- ▶ <https://support.google.com/google-ads/answer/6146252?hl=es-419>
- ▶ [https://ads.google.com/intl/es\\_es/home/](https://ads.google.com/intl/es_es/home/)
- ▶ Chris Watros - [Chris.Watros@padi.com](mailto:Chris.Watros@padi.com) États-Unis et Canada
- ▶ Claudia Sherry – [Claudia.Sherry@padi.com](mailto:Claudia.Sherry@padi.com) Amérique Latine et Caraïbes