GoogleAdwords Marketing



Vous apprenez à utiliser l'instrument de marketing efficace et économique « de GoogleAdwords »

Version 1.0 Worldsoft SA

Publicité avec Google AdWords

Inscription » Vous vous êtes connecté à l'aide de l'adresse e-mail daniel@enzymes.ch et d mot de passe associés à votre compte
Vous vous êtes connecté à l'aide de l'adresse e-mail daniel@enzymes.ch et d mot de passe associés à votre compte
Google, mais ces informations ne correspondent pas à celles de votre compte AdWords. Si vous êtes un
annonceur Advvords, merci de vous connecter à l'aide de votre adresse e-mail et de votre mot de passe AdWords. Connectez-vous au service Google AdWords à l'aide de votre Compte Google
E-mail:

WARE DONT Publicité avec Google AdWords	Version 1.0	2
SMART INTERNET SOLUTIONS Table des matières		-

Table des matières

1. Introduction	
1.1 Qu'est-ce que Google AdWords?	3
1.2 Comment fonctionne Google AdWords?	3
1.3 Combien coûte Google AdWords?	3
2. Inscription et ouverture d'un compte	
2.1 Connexion et inscription à Google AdWords	4
2.2 Définir le public-cible	4
2.3 Créer une annonce	6
2.4 Définir les mots-clés	6
2.5 Fixer un budget	7
2.6 Vérifier les sélections	8
2.7 Inscription et ouverture d'un compte	8
2.8 Confirmer l'adresse Email	9
2.9 Sélection de la région-cible	9
2.10 Sélectionner le mode de paiement	9
2.11 Accepter les conditions générales	10
3. Contrôler et modifier les paramètres	
3.1 Login	11
3.2 Modifier les paramètres de votre campagne	11
3.3 Modifier les groupes d'annonces	12
3.4 Modifier les mots-clés	12
4. Analyses et rapports	
4.1 Outils	13
4.2 Suivi des conversions	13
4.3 Rapports	13
4.4 Analytics	13

1.1 Qu'est-ce que Google AdWords?

Grâce à Google AdWords vous pouvez diffuser des annonces sur le site du plus important moteur de recherche et dans le réseau publicitaire Google.

Votre annonce apparait soit sur fond jaune avant les résultats des recherches, soit à droite à côté des résultats de recherche.

Lorsque votre annonce est affichée, le texte de votre promotion influence le choix des critères de recherche.

Lorsque vous insérez vos annonces dans le réseau publicitaire Google, celles-ci apparaissent encore sur de nombreux sites Internet qui ont trait à un thème connexe.

Ces insertions sont communément appelées publicité Google.



Liens commerciaux

Refonte de votre site	e web
www.planet.ch Créa	tion boutique BD Flash Graphisme paiement en ligne
Lartique David Free	lance
www.lartique.ch Web	hdesign-Illustrations-Photolitho Offre personnalisée et gratuite
Web design Profess	sionel
www.nashdesign.ch personnalisé	Template pour CMS tels que Joomla, Mambo, Typo3, ou CMS
Kena Sàrl, Lausann	e
www.kena.ch Créati	ion sites internet. Webdesign et programmation.
Création de votre s	ite
www.lacrazybox.com	Création de votre site internet Flash, dynamique,à partir de 500€
Création site intern	net
www.egga-referencemer profesionnelle	t.ch Hébergement de qualité orienté E-commerce solution
Relookage site Inte	rnet
www.cmag.ch Offrez	-vous une nouvelle image. Design graphique dès CHF 800
TouchMind crée votr	re site
www.TouchMind.ch	Conseils avisés et gratuits sur demande et sans engagement
Site pro : devis imm	édiat
www.kaledo.fr Créat	tion, webdesign & référencement E-commerce et sites dynamiques
Création sites inte	rnet
	Réalization rapida, priv compétitif Demandez un devis gratuit

1.2 Comment fonctionne Google AdWords?

Vous créez vos annonces et choisissez des mots-clés. Ces mots-clés sont des notions en rapport avec votre activité, que l'internaute utilise dans sa recherche sur Google.

Dès qu'une recherche est lancée avec un de vos mots-clés, votre annonce sera affichée avec le lien de votre site Internet.

1.3 Combien coûte Google AdWords?

Les coûts deviennent réalité dès que quelqu'un clique sur votre annonce. Il n'y a aucun montant de dépenses minimum ni obligation de période d'insertion minimale.

Afin de pouvoir garder le contrôle de vos dépenses, vous pouvez fixer un budget quotidien et définir le maximum que vous voulez payer par clic.

Lorsque le budget quotidien est atteint, votre annonce n'est plus affichée et aucuns coûts supplémentaires ne seront générés. Offres de vols Vols à partir de 10€ Dépêchez-vous, places limitées ! www.eDreams.fr

Here Bade Jetzt www.	te noch tauchen gehen? mode zu gönsigen Preisen Gratis-Katalog anfordern taucher partidet. de - Mit anzmien	Alahv — Antergengsa	poe pautieren 1 Anzeigengsop	e löscher	0		Seben Sie Registerka Zugrif auf - Feinabstim vornehmen	sich de ve ten an. Si iele Detail mung Nren [Schließe	nschiedenen e haben hierüber s und kösren eine s Kontos m]
								Zu	ammentassung
20.0	8.2006 · Benich Jodem								
	heute	¥.	A REAL PROPERTY AND INCOME.						
	21 (* 14g * 200 * + 20)	H 44 H 2008. H	Los gentin						
L.L.	Gelilochte Elemente, die in diesem Zell	baun eldv wieren, emochile	rlien.						
	Weshezetzweske	States	Aktuelles Gebot Mac CPC	Klicks	Impi.	CTR	Durchschn, CPC	Kosten	Durchschn, Pos
Googl	le + Such-Webenetzwerk 🔃	Aldviert	Standard (0,25 (Bearbeiter)	0	0				
Conte	nt-Werbenetzverk [7]	Altiviert		0	0				
Gesa	mt			0	0				
									· Keywords
+ Kay	words hinzufigen: Schnelles H	Inzufigen Keyword-To	asi Keywarda bearbeten	Dieset	iste de	rcheuc	hen		
C	Keyword-Enshkungen bewbellen	Löschen						1	4 von 4 Keywords
	Hayword	Status (2)	Aktuelles Gabet Max CPC	Kicks *	Impr	CIR	Durchschn, CPC	Kosten	Durchschn Pes
	massanferigung taucherand	zug Aátiv	60,25	0	0				
0		Absw	60,25	0	0				
	tauchen								

7&RLDS0FT Publicité avec Google AdWords 2. Inscription et ouverture d'un compte INTERNET SOLUTIONS

2.1 Connexion et inscription à Google AdWords



Quelles sont les langues parlées par vos

pour sélectionner plusieurs langues.

Maintenez la touche Ctrl ou Commande enfoncée

clients ?

Allemand Anglais

Coréen Danois Espagnol

Chinois (simplifié)

Chinois (traditionnel)

Maintenant vous pouvez définir votre public-cible.

Sélectionnez tout d'abord la langue (plusieurs choix possible).

© by Worldsoft SA, Neuchâtel, Switzerland, 2006, All rights strictly reserved - worldwide!

SMART INTERNET SOLUTIONS Publicité avec Google AdWords 2. Inscription et ouverture d'un compte

5

Sélectionnez ensuite les régions-cibles. Vous avez 3 options:

- 1. Pays et territoires
- 2. Régions et villes
- 3. Personnalisé

Remarque: Nous vous présenterons les 3 possibilités, mais notre expérience a montré que les options 2 et 3 ne donnent pas encore entière satisfaction.

Raison pour laquelle nous vous conseillons de choisir l'option **Pays et territoires**.

1. Pays et territoires

Sélectionnez l'option **Pays et territoire** puis cliquez sur **Continuer**.

Dans la fenêtre de gauche, sélectionnez ensuite les pays et cliquez sur le bouton **Ajouter** pour confirmer vos choix.

Cliquez ensuite sur Continuer.

2. Régions et villes

Sélectionnez l'option **Régions et villes** puis cliquez sur **Continuer**.

Sélectionnez tout d'abord le pays.

Dans la fenêtre de gauche, sélectionnez ensuite les cantons et cliquez sur le bouton **Ajouter** pour confirmer vos choix.

Dans une fenêtre plus bas, vous pouvez définir les villes que vous désirez couvrir. (Alternative pas disponible en Suisse).

Cliquez ensuite sur Continuer.

3. Personnalisé

Sélectionnez l'option **Personnalisé** puis cliquez sur **Continuer**.

Saisissez votre adresse et localisez l'emplacement sur la carte. (pas disponible pour la Suisse)

Déterminez maintenant le périmètre dans lequel vos annonces publicitaires devront être affichées et localisez cette zone sur la carte.

Puis cliquez sur Continuer.

Cibler les	clients	par em	placement	déodra	phique
				9009.0	

- Quelle est la taille de la zone dans laquelle votre annonce doit apparaître ? Choisissez une option :

 (a) Pays et territoires Vos annonces seront présentées à l'occasion des recherches lancées dans les zones sélectionnées.

 Régions et villes Vos annonces seront diffusées à l'occasion des recherches effectuées dans
 - Régions et villes Vos annonces seront diffusées à l'occasion des recherches effectuées dans les régions ou villes que vous avez sélectionnées. (Option disponible seulement dans certaines zones.)
 - Personnalisé Vos annonces seront diffusées pour les recherches réalisées dans un rayon donné autour de l'adresse de votre société ou d'un autre emplacement géographique que vous aurez définité.

Comment le choix de mes emplacements influe-t-il sur les performances de mes annonces ?

« Retour Continuer



Disponible pour les pays suivants :	Suisse	•		
Mettez en surbrillance sur la gauch sur « Aiouter ». Sélectionnez autan	e les villes et les t de régions que	régions dans lesque vous le souhaitez	lles votre annonce doit être diffusé	e, puis cliquez
Zones disponibles			Zones sélectionnées	
Soleure SO Tessin Ti Thurgovie TG Uri UR		- A	Fribourg FR Genève CE Valais VS Vaud VD	
Valdis VS Vaud VD Zoug ZG Zuide ZH		j (4.5	upprimer	



SMART INTERNET SOLUTIONS 2. Inscription et ouverture d'un compte

Vous avez aussi la possibilité de sélectionner un endroit directement sur la carte ou calculer les degrés de latitude et de longitude de votre emplacement et ensuite de les entrer dans les champs correspondants. (Alternative disponible pour la Suisse)



2.3 Créer une annonce

Créez maintenant votre annonce. Mais attention dans le champ de saisie vous ne disposerez que d'un nombre limité de signes.

Le **Titre** est très important. Avec une bonne accroche vous éveillerez l'intérêt d'un client potentiel.

Dans les deux lignes de **Texte** essayez de provoquer une réaction – dans notre exemple la requête d'un catalogue gratuit.

Dans le champ **URL à afficher** vous indiquez l'adresse du site Internet, qui doit être affichée.

Dans le champ **URL de destination** vous indiquez l'adresse d'une page de votre site internet – par exemple celle du formulaire de contact pour la requête du catalogue ou sur celle d'une offre spéciale.

Cliquez ensuite sur **Continuer**.

Remarque: Prenez assez de temps pour la création de vos textes publicitaires et lisez, en cas de doute, les consignes de rédaction émises par Google.

Par exemple, il n'est pas permis d'utiliser un point d'exclamation dans les titres. Evitez les répétitions et ne faites pas de fautes d'orthographe, car le texte publicitaire qui sera affiché, reflète en réalité le contenu de votre site Internet.

2.4 Définir les mots-clés

Les mots-clés sont des **Critères de recherche**. Lorsqu'un internaute utilise un de ces critères de recherche sur Google, votre annonce sera alors affichée.

Saisissez un mot-clé par ligne. Un mot-clé peut être constitué de plusieurs mots.

Vous pouvez saisir autant de mots-clés que vous le désirez. Toutefois, Google conseille de n'utiliser qu'un maximum de 20 mots-clés.

oui verra votre annonce ? 'otre annonce peut s'afficher lorsque	les internautes direct	cherchent les mots clés que vous choisissez ici sur	
nmobilier " si vous vendez des voitu pécifiez 20 mots clés au maximum.	res, par exemple Liste d'exemple	avec voire annonce, ne choisissez pas le mot . Pour des résultats aussi pertinents que possible, §	
Entrez autant de mots ou d'expressi spécifiques que vous le souhaitez, u	ons ne par ligne :	Exemples de mots clés sur la base d'une analyse de votre site	
plongée combinaison bikini	*	S'ils visent à décrire vos produits ou vos services, cliquez sur « Ajouter ». (Voir nos <u>conditions</u> <u>générales</u> .)	
palmes		Cliquer sur les catégories pour voir les mots clés	
SHOFKEL		Catégorie : vetement	
		<u>Catégorie : Mots clés divers</u>	
		Vous avez besoin d'autres informations ? Entrez un terme pour voir les mots clés connexes :	
	*	Rechercher	

Plongez encore aujourd'hu			
Mode balnéaire à prix avantageu Demandez votre catalogue gratu leparadisduplongeur.fr	x it		
Titre :	Plongez encore aujourd'hu	25 caract	êres max.
Ligne de description 1 :	Mode balnéaire à prix avantageux		35 caractères max.
Ligne de description 2 :	Demandez votre catalogue gratuit		35 caractères max.
URL à afficher : (2)	http:// leparadisduplongeur.fr		35 caractères max.
URL de destination : (2)	http:// · leparadisduplongeur.fr/	demandecatalogu	e.html 1024 caractères max

WERLDSOFT Publicité avec Google AdWords 2. Inscription et ouverture d'un compte

7

Google vous propose d'utiliser un générateur de mots-clés.

Saisissez un mot-clé et Google vous proposera toute une série de mots-clés en relation avec le mot-clé que vous avez saisi.

Cliquez ensuite sur Continuer.



2.5 Définir un budget

Choisissez tout d'abord une **Devise**, pour le règlement de vos factures à Goggle.

Fixez un **budget quotidien** maximum. Dès que la limite quotidienne est atteinte, l'annonce ne sera plus affichée.

Remarque: Vous pouvez modifier votre budget quotidien en tout temps.

Fixez le **Coût-par-Clic (CPC)**. Le CPC est le montant maximum que vous êtes prêt à payer chaque fois qu'un internaute clique sur votre annonce.

Plus le prix que vous êtes prêt à payer est élevé, plus votre annonce sera affichée en début de liste

Remarque: Le CPC peut être fixé individuellement par motclé.

Google vous propose une aide supplémentaire.

Avec l'outil **Prévision du trafic** vous pouvez consulter les prévisions de classement, de trafic et de coûts des motsclés.

Cliquez ensuite sur **Continuer**.

Effectuer les paiements pour ce compte à l'aid	de de : Afficher les option
Francs suisses (CHF)	de paiement
Ce paramètre détermine uniquement commen la manière dont vous réalisez vos transactions Remarque : Ce paramètre ne peut plus être m	t vous effectuez votre règlement à Google, et no ; avec vos clients. nodifié une fois que vous avez activé votre compte
Quel est le montant maximum que vo noyenne, par jour ?	us êtes prêt à dépenser, en
e budget quotidien ② permet de contrôler vos d liffusion des annonces s'arrête généralement jus réquence de diffusion de l'annonce, et non sa po udget quand vous le souhaitez.	coûts. Si la limite quotidienne est atteinte, la qu'à la fin de la journée. Le budget détermine la sition. Vous pouvez augmenter ou diminuer ce
Entrez votre budget quotidien : 10	

que vous le souhaitez.

Enchère de CPC par défaut : 0.25 (Minimum : 0,01)

CPC maximum : 🗵	Budget quotidie	en : 50	Obtenir de nouvelles estima	tions	
 Points à noter : Comme vos cal basées sur des Vous avez ciblé estimations rise 	Si certains termes employé mpagnes ne disposent pas informations de performan s une petite région géograpi quent d'être moins précises maximum - 0.25 CME et be	is ne vous sont pas f encore d'un historiqu ce à l'échelle du syst rique qui dispose de 	amiliers, consultez le <u>glossaire de l'</u> e des performances, les prévisions i <u>ême</u> . (?) peu de données sur lesquelles base	outil de prévision elatives aux mot: r les prévisions. 1	du trafic . s clés sont /os
Mots clés v	État prévisionnel	CPC moyen prévisionnel	Positions prévisionnelles de Fannonce	Clics / jour estimés	Coút / jour estimé
bikini	Actif	0,12 - 0,25	1-3	0	1
			4.0	0	
combinaison	Actif	0,00 - 0,20	1-3	v	0 - 1
combinaison plongée	Actif	0,00 - 0,20 0,00 - 0,26	1-3	0	0 - 1
combinaison plongée snorkel	Actif Actif Actif	0,00 - 0,20 0,00 - 0,26 0,00 - 0,28	1-3	0	0 - 1 0 - 1 0 - 1

WWERLDSOFT Publicité avec Google AdWords Vei SMART INTERNET SOLUTIONS 2. Inscription et ouverture d'un compte Vei

Version 1.0 8

2.6 Vérifier les sélections

Vous vous trouvez maintenant sur votre tout nouveau compte Google AdWords.

Vous avez ici toutes vos sélections. Vous pouvez toutes les modifier en cliquant sur le lien **Modifier**.

Remarque: Vous avez également la possibilité de modifier les sélections de votre campagne plus tard.

iom de la campagne : Ca	impagne n*1		
angue(s) parlée(s) par vo	s clients : Fran	cais [Modifier]	
Emplacement(s) géograph	nique(s) de vos	clients :	
Dans un rayon de 30 kilomé	itres :		
Latitude : 46° 2' 0", Longit	tude : 7º 8' 58",		
[Modifier]			
Devise : Francs suisses (Cl	HF) [Modifier]		
Budget quotidien : CHF 10	0.00 [Modifier]		
Annonces : Création de site Inter	met		
Annonces : <u>Création de site Inter</u> Site attractif pour PME, a Actualiser vous-même, d enzymes, ch <u>Modifier</u>	mel artisans Mas 290 Fr.	-	
Annonces : <u>Création de site Inter</u> Site attractif pour PME, A Actualiser vous-même, d enzymes, ch <u>Modifier</u> Mots clés : [[Modifier]	mel artisans Nés 290 Fr.	-	

« Retour

Inscription terminée

Continuer vers l'inscription »

2

Lorsque vous estimez que toutes vos sélections sont correctes, cliquez sur **Continuer vers l'inscription**.

Si vous possédez déjà un compte Google, vous pouvez naturellement utiliser le même compte pour Google AdWords

2.7 Inscription et ouverture d'un compte

Pour créer un nouveau compte Google, cliquez sur **Je** n'utilise pas ces autres services.

Saisissez votre adresse Email et choisissez un mot-depasse.

Remarque: Google envoie un message à l'adresse que vous avez indiquée. Pour activer votre compte, vous devez cliquer sur le lien figurant sur ce mail.

Saisissez les caractères de confirmation puis cliquez sur **Créer un compte**.





L'inscription est terminée. Vous pourrez maintenant accéder à votre compte avec votre adresse Email et votre mot-de-passe.

Remarque: Google vous envoie un message pour l'activation de votre compte. Vos annonces seront affichées dès que vous aurez confirmé votre compte et que vous aurez saisi les informations de facturation.

Adresse	e-mail de connexion : info@enzymes.ch	
Nous er vos infor vénticati précéde	werrons un e-mail à l'adresse indiquée ci-dessus, vous demandant de vérifier votre compte et de soumer mations de facturation. Corsque vous aurez procédé à ces étapes, votre annonce s'affichera. Après la on, vous pouvez vous connecter à Adwords à l'aide de cette adresse e-mail et du mot de passe indiqué mment.	tre s
Votre a	nnonce n'est pas activée tant que vous n'avez pas vérifié votre compte et fourni les informatio	ns de
Si ladre	uovin. sse e-mail ci-dessus n'est pas la vôtre et si vous ne pouvez pas la vérifier, vous pouvez <u>modifier votre av</u> ans le service Comptes Google. Si vous ne receivez pas d'e-mail, contactez l'assistance AdWords.	ress

© by Worldsoft SA, Neuchâtel, Switzerland, 2006, All rights strictly reserved - worldwide!

Publicité avec Google AdWords Version 1.0 SMART INTERNET SOLUTIONS 2. Inscription et ouverture d'un compte Version 1.0

2.8 Confirmer l'adresse Email

Ouvrez votre programme Email, affichez le message que vous avez reçu de Google.

Cliquez sur le lien pour confirmer votre adresse Email.

Vous vous trouvez sur la page de gestion de la campagne. Vous devez tout d'abord saisir les informations de facturation. Cliquez sur **Préférences de facturation**.

2.9 Sélection de la région-cible

Sélectionnez le pays ou le territoire de votre adresse de facturation ainsi que le fuseau horaire.

Remarque: Après l'activation du compte, le fuseau horaire ne pourra plus être modifié.

Cliquez ensuite sur Continuer.

2.10 Sélectionner le mode de paiement

Google accepte les modes de paiement suivants: cartes de crédit et virement bancaire. Les modes de paiement varient selon la région dans laquelle vous vous trouvez et de la devise.

Vous pouvez choisir entre le post-paiement et le prépaiement. Dès que vous aurez activé votre compte, Google vous facturera une taxe d'activation de l'ordre de 5,- Euro.

1. Facturation de type prépaiement

Si vous choisissez ce type de paiement, vous disposez de deux options.

Vous payez un montant minimum de 10,- Euro. L'affichage de votre annonce se fera dès réception du paiement. Les coûts par clic seront ensuite débités de votre avoir.

2. Facturation de type post-paiement

Si vous choisissez ce type de paiement, vous disposez de deux options.

Google vous donne une limite de crédit de 50,- Euro, qui peut s'étendre jusqu'à 500,- Euro. Vos annonces seront affichées dès réception de coordonnées de paiement correctes. La facturation se fait tous les 30 jours, respectivement dès communication de la limite de crédit. Ci-après, nous vous indiguons le procédé du virement bancaire.



page E

9





0	Notes importantes concernant les virements bancaires : - Vous devez posséder un compte bancaire actif et fournir le numéro de référence comple du paiement pour que celui-2 puisse être tratés. Si vous nindiquez pas le numéro de référence complet, voire paiement sera retardé. - Consener Joudes les informations émanant de votre banque tant que vous n'êtes pas sû
	que votre compte AdWords a été crédité. - Selon les procédures appliquées par votre banque, un délai de 5 à 10 jours ouvrés (avec un numéro de référence) paut s'écouler avant la réception de votre virement par Google.

Facturation de type post-palement - Dès que vous recevez des clics, nous imputons automatiquement les frais correspondants sur votre carte ou votre compte.					
arte de paiement	American Express, MasterCard, Visa				

Cliquez ensuite sur Continuer.

SMART INTERNET SOLUTIONS 2. Inscription et ouverture	AdWords d'un compte	Version 1.0	10
2.11 Accepter les conditions générales	Veuillez lire attentivement les conditions générales suivantes. Si vous acceptez ces conditions générales, veuillez le préciser ci-dessous: Conditions générales : (Version imprimable)		
Lisez attentivement puis acceptez les conditions générales	GOOGLE IRELAND LIMITED (« GOOGLE ») CONDITION: ANNONCES Le présent Central (ple que défini ci-dessous) est conclu entre vous, un tiers annon acceptant le présent Central en ligne et viseé dans le corrette que vous critéz : con facturer s sur la Prays de guede (e cas d'chânt) du présent Central et què ligne et Strote, Dont - A titorde (e Google a).	S GENERALES RELATIV resur ou un Annonceur qui êtes : (i) t (ii) Tentité identifiée comme la « Pr présent Contrat (« Client » / « Vou t sis Ter et 2ême étages, Gordon Hi	VES AUX soit la partie artie à is ») et ouse, Barrow
Cliquez ensuite sur Continuer .	1. Définitions • Date d'acceptation » désigne sont : (i) la date à laquetle la Client accepte le pré d'acceptation visés à la désigne l'entité dont les annoness (créées par elle-même cui par u Googie a ventré ad présent Contrat, cette entité pouvait être présente de la spon téchanit ja présent Contra de sonce; • Contrat : étapes de la contrat, cette entité pouvait être présente de la spon • Contrat : étapes de la contrat, cette entité pouvait être présente de la son • Contrat : étapes de la contrat, cette entité pouvait être présente de la sonnones (• Contrat : étapes la cétapes la pouvait et la sonces pouvait et la sonces pouvait et la séruina la sont de solisage la contrat, • Contrat : étapes la cétapes la pouvait et la sonces pouvait et la sonces pouvait et la sonces pouvait et la sonce de sonnones (• Contrat de sannones du solisage la contrat de sonces (• Contrat de sannones de solisage la contrat de sonces de la la contrages de réduction : • Contrat de sannones de solisage la contrat de sonces (• Contrat de sannones de solisage la contrat de sonces de la la la contrages de réduction : • Contrat de sannones de solisage la contrat de sonce de la contrat de la contrat de la sonce de la designe de la contrat de la sonce de la contrages de réduction : • Contrat de sannones de solisage la contrat de la contrages de la designe de la contrat de la contrages de la dedaction : • Contrat de la contrat de la contrat de la designe de la contrade de la designe de la contrat de la contrages de la dedaction : • Ruite des contrat de la contrat de la designe de la contrat de la contrat de la designe de la contrages de la dedaction : • Ruite des contrat de la contrat de la designe de la contrat de la designe de la contrages de la dedaction : • Ruite des contrat de la designe de la contrat de la designe de la contrat de la designe de la contrages de la dedaction : • Ruite des contrat de la contrat de la designe de la contrat designe de la dedaction : • Ruite des contrat des la designe la la contra	isent Contrat en ligne ; soit (ii) la da in tiera pour son compte) sont diffus to de Google ; compris la Page de garde et la pag no non limitativo, les URL, coordonn de rédaction ; e pour les anonces textuelles, cor rédaction du Programme pour les a s bint : et (si Notae les autes ces	tte Lées par Le de Lées et/ou Insultables à Innonces Innsiones de ~ ~

San Incola as commune Benerates beserves

« Retour Continuer »

3.1 Login

Dans votre navigateur, saisissez l'adresse de Google AdWords: https://adwords.google.fr/

Saisissez l'adresse Email et le mot de passe de votre compte, puis cliquez sur Connexion.



Vous êtes maintenant sur la page d'administration de votre compte. Vous disposez ici d'un certain nombre de fonctions pour le traitement, le contrôle et le suivi de votre campagne.

3.2 Modifier les paramètres de votre campagne

Une campagne comprend un nom et un ou plusieurs groupes d'annonces. Pour modifier les paramètres d'une campagne, cliquez dans la case à cocher, puis cliquez sur Modifier les paramètres.

Remarque: Vous trouvez également les fonctions: Suspendre, Réactiver ou supprimer une campagne.

Dans la prochaine fenêtre vous pouvez modifier le nom de votre campagne, les options de votre budget quotidien, la publication de votre annonce sur le réseau Google et le public-cible.

Vous pouvez naturellement modifier ces paramètres aussi souvent que vous le désirez.

Par ailleurs, sur la page Récapitulation de campagne, vous pouvez créer de nouvelles campagnes:

1. Ciblage par mots-clés: Création d'une campagne avec mots-clés et définition des Coûts-par-Clic (CPC)

2. Ciblage par sites: Sélection des sites Web du réseau de contenu Google sur lesquels vous souhaitez diffuser votre annonce. Dans ce cas, la facturation se fera sur la base d'un prix pour 1000 impressions (CPM), indépendamment du nombre de clics. Vous trouverez de plus amples informations dans l'aide Google en ligne.



S Es	uspendre Réactiver Su resonnaliser les colonnes	pprimer Modifier	les paramètres	+ 0	réation d ampagne	une	ciblage par mots clé I ciblage par sites	1 ()
V	Nom de la campagne	État actuel	Budget actuel [2]	Clics	Impr.	CTR	CPC moyen	Coû
0	Campagne n*1	Actif	10,00 / jour	0	0	-		0,0
			10,00 / jour	0	0			0,0





With RUDSOFT Publicité avec Google AdWords	Version 1.0	12
SMART INTERNET SOLUTIONS 3. Contrôler et modifier les paramètres		

3.3 Modifier les groupes d'annonces

Cliquez sur le lien de la campagne pour modifier les différents groupes d'annonces.

			distantial in the set of the set
S	spendre Réactiver S	Supprimer Modifie	er les paramètres
1200	12 C. 12 C. 12 C.		
120			
re	rsonnaliser les colonnes		
	Nom de la campagne	État actuel	Budget actuel [?]
	Nom de la campagne	État actuel	Budget actu

Comme pour les paramètres des campagnes, vous disposez ici aussi de nombreuses fonctions. Vous pouvez modifier l'enchère par défaut (CPC max), suspendre, réactiver, supprimer un groupe d'annonces ou en ajouter un.

Vous trouvez les informations concernant le nombre d'impressions et de clics, les coûts et la position de chaque mot-clé.

3.4 Modifier les mots-clés

Lorsque vous cliquez sur le lien d'un groupe d'annonces, vous obtenez des informations détaillées sur les mots-clés.



CTR

Clics

État

Nom du groupe d'an

26 mai 07 Modifier la période Ajouter des mots clés Ajout

iste Personnaliser les colonnes

Mot clé

Total



Générateur de mots clés

Enchère actuelle

État (

Résumé Mots clés

Clics Impr.

CTR

48 2,08%

Variantes de l'annonce

CPC Colt

2,35 2,35

1 - 16 sur 16 mots Pes

1,3

Modifier des mots clés | Rechercher dans cette

Dans cette fenêtre, vous avez la possibilité d'ajouter des mots-clés, de modifier des mots-clés ou d'en supprimer.	

Vous trouvez les informations concernant le nombre d'impressions et de clics, les coûts et la position de chaque mot-clé.

Si vous n'êtes pas satisfait du positionnement de votre annonce, vous pouvez attribuer un coût-par-clic (CPC) pour chaque motclé.

Pour cela, cliquez sur Modifier les paramètres des motsclés.

Saisissez le nouveau CPC maximum pour ce mot-clé, puis cliquez sur Enregistrer les modifications.

Tuyau: Au début de votre campagne, vous devriez fréquemment contrôler la position de votre annonce et modifier les paramètres des mots-clés, jusqu'à ce que vous soyez satisfait.



				CPC max	۳	
	Total		Activé	Par défaut <u>(modifier)</u> 5,00	1	48
G	site Web	٩	Actif	5,00	1	7
2	shop	Q	Actif	5,00	0	12
m	CMS	Q	Actif	5.00	0	1

Modifier les paramètres des mots clés

Cette fonctionnalité facultative vous aide à effectuer le pouvez associer des enchéres de CPC ou des URL défaut du groupe d'annonces sera inséré dans les ch de mots clés, d'URL et d'enchéres, utilisez la page M Enchére par défaut :CHF 0.25 CPC max ())	e suivi des le destinal amps lais lodifier les	différents mots clés et du tion distinctes aux différents sés vides. Pour entrer en un <u>i mots clés et les CPC</u> .	coût qui leur est associé. Vous s mots clés. L'URL ou le CPC par ne seule opération la liste complète
Préremplir tous les mots clés			
Mot clé	État 🕐	Enchère de recherche CPC max	URL de destination
cito Web	Actif	0.30	http://

4.1 Outils

Sur cette page, Google vous propose toute une série d'outils pour l'analyse et l'optimisation de votre campagne.

Pour tous ces outils, vous disposez d'une assistance en ligne.



4.2 Suivi des conversions

Le suivi des conversions analyse le comportement de l'internaute sur votre site Internet. Mais pour cela, vous devez insérer un bloc de code dans chaque page de votre site Internet.

Pour ce thème également, vous disposez d'une assistance en ligne.



4.3 Rapports

Google vous donne le résultat de vos campagnes sous forme de rapports automatiques.

Vous pouvez générer ces rapports dans le centre des rapports, en cliquant sur Créer un rapport.

cel	le rapport		
vou odel mila	commencer un nouveau rapport concerna ssez des options ci-dessous et cliquez s ation de la plupart des rapports ne prend j is activez la case à cocher Enregistrer ce le, vos paramètres seront enregistrés et v ires rapidement à l'avenir.	nt l'activité de votre compte, ur Gréer le rapport. La pas plus de cinq minutes. repport comme un nouveau ous pourrez créer des rapports	Questions fréquentes • Comment demander (ou artiter) Termoi du rapports par countier électronique ? • Quelle est la différence entre "Afficher un récapitulisif" et "Afficher par jour" ?
	ine de rannest		
	rbe de l'apport		
Cho	isissez un rapport dans les options suivar	tes : En savoir plus sur les typ	es de rapports
Cho	Performances des mots clés	ntes : <u>En savoir plus sur les typ</u> Afficher les performances de to de campagnes.	es de rapports us les mots clés ou de ceux d'une sélection
Cho ©	per de rapport isissez un rapport dans les options suivar Performances des mots clés Performances des annonces	ntes : En savoir plus sur les typ Afficher les performances de to de campagnes. Afficher les performances de ch	es de rapports us les mots clés ou de ceux d'une sélection laque annonce.
e e	Performances des annonces Performances des mots clés	ntes : En savoir plus sur les typ Afficher les performances de to de campagnes. Afficher les performances de ch Afficher les performances de ch	es de rapports us les mots clés ou de ceux d'une sélection uque annonce. seque URL de destination.
e e	pe de rapport aissez un rapport dans les options suivar Performances des mots clés Performances des annonces Performances des URS. Performances des groupes d'annonces	tes : En savoir plus pur les typ Afficher les performances de to de campagnes. Afficher les performances de ch Afficher les performances de ch Affichez les données de parform jusieurs de vos campagnes.	es de rapporta us les mots clés ou de ceux d'une sélection laque annonce. aque ORL de destination. nance des groupes d'annonces pour une ou
 Cho O O	pedro appoint sissez un rapport dans les options suivar Performances des mote clés Performances des URI, Performances des URI, Performances des groupas d'annonces Performances des campagnes	tes : En anoir plus sur les typ Afficher les performances de to de campagnes. Afficher les performances de ch Afficher les performances de ch Afficher les performances des Afficher les performances des Afficher les performances des performances	es de rapporta us les mots clés ou de ceux d'une sélection Laque annonce. seque URL de destinution. ampe des groupes d'annonces pour une ou ampagnes.

4.4 Analytics

Google Analytics est un outil d'analyse pour le contrôle et l'optimisation de vos campagnes publicitaires.

Comme pour le Suivi des conversions, vous devez insérer un code HTML sur chaque page de votre site Internet.

Analytics offre des fonctionnalités plus étendue que le Suivi des conversions.

ons d'ajout du suivi

iez le bloc de code suivant dans ch Jez dans la zone ci-dessous pour sélec enu, immédiatement avant la balise </ inclusion ou un modèle, vous pouvez l'i aque page Web dont vous v tionner la totalité du code. Con <script sro="http://www.google-</scripts __accipt type="text/javascript"> __uacct = "UA-1940547-1"; urchinTracker(); ___________; "http://www.g

Félicitations!

Vous avez configuré votre compte Google AdWords

Google Faites la prom	otion de votre entreprise s	Français
Google		Inscription »
Quel que soit votre budget,	vous pouvez diffuser vos annonces sur Google e	et son
vos annonces. Vos annonces apparaissent à côté des résultats de recherche correspondants	Les utilisateurs cliquentet entrent en rela avec votre sociét Votre annonce ici Diffusez votre annonce sur Google et sur nos sites partenaires.	Ation té. Vous vous êtes connecté à l'aide de l'adresse e-mail daniel@enzymes.ch et du mot de passe associés à votre compte Google, mais ces informations ne correspondent pas à celles de votre compte AdWords. Si vous êtes un annonceur AdWords, merci de vous connecter à l'aide de votre adresse e-mail et de votre mot de passe AdWords. Connectez-vous au service Google AdWords à l'aide de votre Compte Google E-mail: Mot de passe :

Nous vous souhaitons plein succès avec cet outil !