

Gestion d'une campagne d'Adwords par K6

Les moteurs de recherche (Google, Yahoo...) affichent des annonces texte ciblées selon la recherche effectuée par l'internaute. Elles sont aussi appelées liens sponsorisés.

Les caractères d'instantanéité, de ciblage géographique et temporel constituent les atouts principaux de ce système publicitaire. Elles représentent un bon complément au référencement d'un site internet et peuvent permettre de réaliser assez facilement des annonces ponctuelles.

La mise en place de telles campagnes implique, si l'on souhaite obtenir une efficacité optimale, une certaine méthodologie. En effet, la rédaction des annonces et surtout le choix des mots clés ainsi que le coût maximum par clic sont les facteurs clefs conditionnant le succès d'une telle campagne. D'autre part un suivi régulier de la campagne est nécessaire.

Une campagne de liens sponsorisés permet de recueillir de nombreuses informations utiles pour le référencement, notamment pour le choix des mots clefs. C'est pourquoi, nous conseillons de précéder une action de référencement naturel par le lancement d'une campagne de liens sponsorisés dont les effets se feront sentir aussitôt.



Concrètement nous suivons les différentes étapes suivantes :

Etape A : préparation et mise en place de la campagne

- Le client nous remet une première liste de mots clefs, l'URL de 3 sites concurrents ainsi qu'un résumé en quelques lignes de son activité principale .
- K6 analyse le site internet du client, les sites concurrents, les statistiques de fréquentation du site (si elles sont disponibles) afin de compléter la liste de mots clefs remise au préalable par le client.
- Lancement d'une mini-campagne de une semaine afin de distinguer des ensembles de mots clefs
- Rédaction de 15 annonces google au maximum et sélection pour chaque annonce d'un lien vers la page la plus adéquate du site ; répartition des mots clefs suivant ces différentes annonces (un travail sera fait sur les variantes des mots clefs : singulier / pluriel, fautes de frappe...)
- Définition du budget quotidien en accord avec le client ainsi qu'un coût maximum au clic. Dans la mesure du possible, un effort sera fait afin que les annonces apparaissent dans les 3 premières places. En accord avec le client il peut être décidé que pour une sélection très réduite de mots clefs, tout soit mis en oeuvre pour atteindre la première place.

Etape B : suivi de la campagne

- K6 vérifiera régulièrement le compte client afin de réaliser les ajustements nécessaires (afin que les annonces fassent partie dans la mesure du possible du trio de tête).
- Un rapport détaillé (de type Excel) est fourni trimestriellement au client

Etape C : fin de la campagne

Une fois que le budget initial est épuisé, une analyse est réalisée. Plusieurs options peuvent être proposées au client :

- poursuite de la campagne en resouscrivant un budget google
- lancement d'une campagne de liens sponsorisés sur un autre moteur que google (ex Yahoo, MSN...)
- actions concernant le référencement naturel du site
- mise en place d'un questionnaire en ligne
- audit du site internet
- formation sur le référencement

(ces actions donnent lieu à des offres nouvelles)

