



15 Stratégies pour optimiser vos campagnes Google Adwords

**Le guide pour créer des campagnes Adwords rentables
et dominer totalement votre marché**

Ce guide vous est offert par

www.video-adwords.biz

A LIRE : TRES IMPORTANT

Le simple fait de lire le présent livre vous donne le droit de l'OFFRIR EN CADEAU à qui vous le souhaitez. Vous avez aussi le droit de le revendre en version électronique sur internet, à 4 conditions :

1. Ne pas faire de spam pour le vendre. Le spam est un courrier commercial non sollicité adressé à une ou des personnes qui ne vous connaissent pas. *
2. Ne pas l'intégrer à une chaîne d'argent. *
3. Le garder intact comme vous l'avez reçu et respecter son copyright. *
4. Ne pas faire de promesses mensongères du genre « Triplez votre salaire » punies par la loi.

Vous pouvez garder tout l'argent que vous gagnerez en le revendant.

Vous pouvez aussi l'offrir en bonus, en vente groupée ou le mettre aux enchères sur Ebay et sur les ventes d'enchères.

** Bien sûr, si vous ne respectez pas une seule de ces conditions, le droit de revente vous sera immédiatement retiré, et l'auteur se réserve le droit légitime de vous réclamer des dommages et intérêts. Vous ne disposez ni des droits de revente maître ni des droits de label privé.*

Tables des matières

15 Stratégies pour optimiser vos campagnes Google Adwords	7
Etablissez des listes de mots-clés Stratégiques	8
Créez un groupe d'annonce par mot-clé	8
Insérez des mots-clés dans vos annonces	9
Utilisez l'outil d'insertion automatique de mots-clés	10
Tirez parti des options de ciblage	11
Créez des pages de destinations (Landing page) spécifiques pour chaque groupe d'annonce	11
Insérez des mots-clés dans vos URL à afficher	11
Créez plusieurs campagnes	14
Soyez original dans la rédaction de vos annonces	14
Différenciez les CPC du réseau de recherche et du réseau de contenu	14
Optez pour une stratégie d'enchère efficace	14
Testez différentes versions de vos sites	15
Récupérez les recherches des internautes qui visitent votre site	15
Objectif CTR élevé	16
Testez, analysez et adaptez sans cesse vos annonces et vos sites	16

Si vous souhaitez devenir un expert en publicité sur Internet et être capable de créer des campagnes Adwords ultra optimisées et rentables qui démultiplieront votre trafic et votre chiffre d'affaire, [procurez-vous notre formation Adwords en Vidéo.](#)



[Cette formation Adwords en vidéo](#), unique sur le marché francophone, vous permettra de dominer n'importe quel marché sur Adwords.

Cette formation est composée de plus de 3h de vidéo de formation et d'un e – book de plus de 100 pages. L'alliance de la vidéo et de l'e-book vous offre un cocktail riche en information, conseils et exemples concrets.

Pour accéder à cette formation unique et devenir un expert en création de campagnes publicitaires avec Adwords, cliquez sur le lien ci-dessous.

www.video-adwords.biz

15 Stratégies pour optimiser vos campagnes Google Adwords

La création d'une campagne Google Adwords peut s'avérer être le meilleur choix pour promouvoir votre activité, site web ou produit sur Internet à condition de savoir comment la réaliser et l'optimiser. En effet, pour qu'une campagne Google Adwords soit rentable et efficace, il y a certaines règles que vous devez connaître et, surtout, une méthodologie à respecter.

Je sais de quoi je parle ! Lorsque j'ai commencé à créer mes premières campagnes avec Adwords, je n'y connaissais rien. J'ai demandé des conseils sur des forums, acheté plusieurs méthodes (miracles) mais rien n'y faisait ! J'ai dépensé tout mon budget, soit environ 2000€ en un peu plus d'un mois pour ne réaliser qu'une seule et unique vente à 29€. Je vous laisse imaginer ma frustration !

Où étais le problème ? C'est simple, mes campagnes n'étaient absolument pas ciblées. Conséquences ? Mes annonces s'affichaient la plupart du temps pour des requêtes n'ayant rien à voir avec le produit que je proposais ce qui générait beaucoup d'affichages pour des clics absolument pas ciblés. De plus, mes annonces n'étaient pas attrayantes et j'orientais tous les internautes vers la page d'accueil de mon site. Enfin, je me contentais de créer une seule campagne, une seule annonce et un seul groupe d'annonce pour une liste de plusieurs centaines de mots-clés ! Bref, j'étais un débutant naïf. Heureusement avec le temps et l'expérience, j'ai appris et j'ai compris que la réussite d'une campagne adwords dépendait d'énormément de facteurs y compris du temps et beaucoup de tests. Si Vous n'obtenez pas les résultats escomptés avec vos annonces adwords, je vous suggère d'apprendre à créer des campagnes Adwords optimisés.

Que vous soyez un novice ou un marketeur chevronné, les 15 stratégies qui sont décrites dans ce livre vous aideront à (enfin) créer des campagnes Adwords Rentables et efficaces.

Peu importe votre objectif, vous constituer une liste d'abonnés, augmenter les ventes de vos produits ou tout simplement attirer un maximum de trafic ciblé sur votre site afin de le convertir, vous devez lire attentivement les stratégies suivantes.

1) Etablissez des listes de mots-clés Stratégiques

Google Adwords vous permet d'orienter un trafic excessivement qualifié vers votre site. En limitant le nombre de mots clef aux **recherches essentielles**, vous limitez le nombre d'internautes non qualifiés captés par votre campagne publicitaire. Le budget de votre campagne s'épuise donc moins rapidement et vous réalisez des économies. Concentrer-vous sur les requêtes prioritaires.

Pour constituer une liste de mots-clés ciblée, plusieurs outils sont à votre disposition. Tout d'abord je vous conseille d'ouvrir un bloc-notes et d'y saisir les mots-clés, qui, selon vous, représentent le mieux votre produit ou service.

Ensuite, complétez votre liste à l'aide des outils suivants :

- L'outil de suggestion de mots-clés de Google Adwords disponible dans le panneau outil de votre compte Adwords.
- [Le script SEO blackout](#)

2) Créez un groupe d'annonce par mot-clé

Pour optimiser vos annonces, vous devez les regrouper. En triant les annonces par groupe, il devient plus facile d'arrêter et de reprendre le positionnement mais également de traquer et d'analyser les résultats plus aisément. **Alors ne vous limitez pas et créez un maximum de groupes d'annonces. Idéalement, je vous conseille de créer 1 groupe d'annonce par mot-clé.**

Vous m'avez bien compris, si vous avez 2000 mots-clés dans votre liste, vous devrez créer 2000 groupes d'annonces

Je pense que vous avez compris le principe, si vous souhaitez optimiser vos campagnes Google Adwords, vous devrez effectuer un long travail de création de groupes d'annonces. Pour conclure sur la création de groupes d'annonces, faisons une synthèse.

- **1 groupe d'annonce** par mot-clé
- Utilisez les **options de ciblage**

- **Variez** les titres et texte de vos annonces
- Placez vos **mots-clés dans les URL à afficher**
- Variez et optimisez vos **URL de destination**

3) Insérez des mots-clés dans vos annonces

Le titre et les deux lignes de descriptions de votre annonce doivent contenir **les termes sur lesquels votre annonce va apparaître**. Cela aura pour effet de réduire le CPC et d'augmenter le CTR (ratio entre le nombre d'affichage et le nombre de clic).

Exemple pour le groupe d'annonce régime :

Nouveau Régime

Découvrez comment perdre 6kg en 1

Mois avec ce Nouveau **Régime**

www.perte-de-poids.com/Régime

Dans cette annonce, le mot-clé **régime** apparaît 3 fois dans mon annonce sans pour autant diminuer la qualité du texte afin d'attirer les internautes. En effet, j'ai tendance à comparer les annonces adwords au référencement. Lorsque vous référencez un site Internet, vous devez placer les mots-clés sur lesquels vous souhaitez être bien positionné plusieurs fois au sein d'une page web afin de plaire aux moteurs de recherche. Cependant, votre contenu ne doit pas en pâtir et doit contenter les internautes au même titre que les moteurs.

Il en est de même pour les annonces Adwords. Vous devez parvenir à rédiger des textes accrocheurs afin d'attirer les internautes tout en plaçant un maximum de mots-clés à l'intérieur de vos annonces. Et **avec seulement 95 caractères** (Titre + ligne de description 1 et 2), le travail n'est pas toujours évident. Donc, je n'ai qu'un conseil à vous donner, passez du temps à la rédaction de vos annonces.

4) Utilisez l'outil d'insertion automatique de mots-clés

Je vais maintenant vous parler d'une technique qui peut s'avérer utile pour (encore) optimiser vos annonces Adwords. Il s'agit de **l'insertion automatique de mots-clés**. Le but est d'insérer automatiquement les mots-clés de votre liste à l'intérieur de vos annonces, ainsi vous n'utiliserez qu'une seule annonce générique pour plusieurs mots-clés. AdWords insère chaque mot clé dans le même texte d'annonce. Ainsi, une annonce différente s'affiche pour une recherche de mot clé effectuée si les mots clés saisis ont déclenché l'un des mots clés de votre groupe d'annonces. Cela permet de réduire la charge de travail nécessaire à la gestion de campagnes et de groupes d'annonces plus importants.

L'insertion peut s'effectuer dans le titre, dans les lignes de description ou encore dans l'URL à afficher. Le but est de rendre vos annonces plus visibles et plus pertinentes que celles de vos concurrents puisque les mots-clés apparaîtront en gras dans vos annonces.

Cette fonction doit cependant ne pas être utilisée tout le temps car vos annonces ne seraient pas pertinentes. En effet, l'insertion automatique peut être utile si vous réalisez une campagne regroupant plusieurs produits voir un catalogue entier de plusieurs centaines ou millier de références. Imaginons que vous fassiez la promotion d'un catalogue de téléphones mobiles contenant 5000 références, dans ce cas l'insertion automatique sera la meilleure solution. En revanche, si vous ne vendez qu'un produit comme un e-book par exemple, je vous déconseille cette alternative, il sera plus intéressant de **diversifier** au maximum les textes de vos annonces et de mettre l'accent sur les titres, accroches, sur le Copywriting en fait.

Utilisation de la balise d'insertion automatique de mots-clés.

Format de la balise d'insertion des mots clés

Pour utiliser la fonction d'insertion des mots clés, ajoutez la balise de modification suivante à n'importe quel champ du texte d'annonce, y compris l'URL de destination. Cette balise peut être utilisée plusieurs fois dans une annonce ou dans plusieurs annonces à la fois.

{mot clé:texte par défaut}

5) Tirez parti des options de ciblage

Souhaitez-vous du trafic qualifié ? Le but d'une campagne Adwords n'est pas d'attirer le plus de visiteurs possible mais de **générer le plus de ventes possible et de maximiser son ROI** (retour sur investissement). **Tirez parti des options de ciblage** et concentrez-vous sur les requêtes composées de plusieurs mots identifiant clairement votre activité et vos produits.

Les principales options de ciblage que vous pouvez appliquer aux mots clés sont les suivantes :

- Mot clé en requête large
- Expression exacte
- Mot clé exact
- Mot clé à exclure

6) Créez des pages de destinations personnalisés.

Plus le processus pour accéder à votre bon de commande sera long, plus vous perdez des acheteurs potentiels. Vous avez alors tout intérêt **de diriger l'internaute après un clic directement vers une page interne de votre site**. Je vous conseille même de **créer des pages de destination spécifiques pour chaque groupe d'annonce**. De plus, nous savons désormais que Google adapte le CPC en fonction de l'url de destination grâce à son [robot AdsBot](#)

7) Insérez des mots-clés dans vos URL à afficher.

L'url à afficher est celle que les internautes verront. Vous devez donc y prêter une grande attention car de plus en plus d'internautes regardent de près cette URL afin de s'assurer du professionnalisme des sites web qui annoncent sur Adwords. Idéalement l'URL à afficher doit **refléter exactement l'URL du site Web présenté dans votre annonce**. Elle doit correspondre au domaine de votre page de destination afin de permettre aux utilisateurs de savoir sur quel site ils sont redirigés lorsqu'ils cliquent sur votre annonce.

L'url à afficher ne pouvant excéder 35 caractères, il est possible que vous ne puissiez pas utiliser la même que votre URL de destination. Dans ce cas, vous pouvez utiliser une version

plus courte (par exemple, l'URL de votre page d'accueil), qui ne dépasse pas le nombre de caractères maximal associé à ce champ.

Exemple :

URL de destination : <http://www.perte-de-poids.com/produits-pour-maigrir.html>

URL à afficher : www.perte-de-poids.com/maigrir

Si vous souhaitez devenir un expert en publicité sur Internet et être capable de créer des campagnes Adwords ultra optimisées et rentables qui démultiplieront votre trafic et votre chiffre d'affaire, [procurez-vous notre formation Adwords en Vidéo.](#)



[Cette formation Adwords en vidéo](#), unique sur le marché francophone, vous permettra de dominer n'importe quel marché sur Adwords.

Cette formation est composée de plus de 3h de vidéo de formation et d'un e – book de plus de 100 pages. L'alliance de la vidéo et de l'e-book vous offre un cocktail riche en information, conseils et exemples concrets.

Pour accéder à cette formation unique et devenir un expert en création de campagnes publicitaires avec Adwords, cliquez sur le lien ci-dessous.

www.video-adwords.biz

8) Créez plusieurs campagnes

Tout comme pour les groupes d'annonces, je vous recommande de créer plusieurs campagnes Adwords.

9) Soyez original dans la rédaction de vos annonces

Un internaute qui voit 9 annonces identiques et une dixième qui ressort du lot risque fort de porter une plus grande attention à cette dernière. Ainsi, il est capital d'analyser les annonces des concurrents afin que la vôtre ne soit pas cachée dans une série d'annonces sans distinction. Le meilleur exemple est assurément l'utilisation des mots-clés automatiques dans le titre d'une annonce. Plusieurs annonceurs les emploient à toutes les sauces ce qui fait qu'on peut voir 5 annonces identiques avec le titre « Achetez iPod ». Ne croyez-vous pas qu'une annonce utilisant un titre différent pourrait être plus convaincante et ressortir du lot ? Si vous souhaitez apprendre à rédiger des campagnes Adwords ultra ciblées, je vous recommande de lire mon cours sur www.redactionadwords.com

10) Différenciez les CPC du réseau de recherche et du réseau de contenu

Il est maintenant possible de distinguer le CPC des annonces entre les annonces diffusées sur Google et celles affichées dans le réseau de contenu Google AdSense. La plupart du temps, le CPC des annonces sur le réseau de contenu est moins élevé que le CPC nécessaire pour être bien positionné dans les résultats de Google. Vous pouvez ainsi réaliser de sérieuses économies en différenciant les CPC de ces deux réseaux.

11) Optez pour une stratégie d'enchère efficace

La gestion des enchères sur le système Google Adwords est loin d'être simple. Contrairement à d'autres régies, il ne suffit pas de mettre la plus haute enchère pour être positionné en 1ère position.

Le positionnement sur Google dépend de plusieurs paramètres dont par exemple l'enchère maximum proposée et le taux de clic. L'enchère minimum sur Google est à 0,01 euro,

certaines seront donc tentés de démarrer leur campagne en mettant des enchères très faibles et c'est là que les ennuis commencent !

En effet, si par exemple vous démarrez une campagne avec une enchère à 0,05 euro, vous risquez d'avoir un nombre important de mots clés inactifs. Pour les activer il faudra augmenter l'enchère maximum. Pour les mots clés qui seront actifs, une grande majorité risquent d'être mal positionnés, et plus vous êtes bas, moins "vous serez cliqués"... De ce fait, votre taux de clic diminuera progressivement et vous devrez augmenter considérablement vos enchères pour remonter dans les résultats.

Au contraire, si vous commencez votre campagne en mettant une enchère haute, vos annonces seront immédiatement bien placées (en haut de page). De ce fait, au bout de quelques jours (voir heures), votre taux de clic aura augmenté et votre enchère diminuera progressivement au fil des semaines et des mois. Cette technique m'a permis dans bien des cas de diminuer progressivement par deux l'enchère moyenne, tout en gardant le même positionnement.

J'espère que ces conseils pourront vous aider, vous pouvez également vous documenter sur le site officiel Google Adwords ou bien encore contacter les conseillers de Google par chat et e-mail pour toutes les questions sur vos campagnes.

12) Testez différentes versions de vos sites

Afin d'optimiser vos campagnes Adwords au maximum, je vous recommande de tester différentes versions de vos sites afin de ne garder que la meilleure c'est-à-dire celle qui convertit le mieux. Pour ce faire, vous pouvez utiliser l'optimiseur de site de Google disponible sur Google. Un guide complet est disponible à cette adresse : <http://adwords.google.com/support/bin/topic.py?topic=10808>

13) Récupérez les recherches des internautes qui visitent votre site.

Pour ce faire, il n'existe pas de meilleur logiciel que celui fourni par Google à savoir Google Analytics. Il vous suffit de créer un compte, de renseigner le nom de domaine de votre site puis de copier-coller le script fournis par Google Analytics sur toutes les pages de votre site. Ainsi, Google vous fournira des rapports quotidiens sur la provenance de votre trafic, les mots-clés saisis par les visiteurs avant d'arriver sur votre site, les pages qu'ils ont consulté etc...

14) Objectif CTR élevé

Il est primordial d'obtenir un CTR élevé. En fonction du CTR et du CPC, votre annonce pourra être mise en évidence par rapport aux autres. Elle sera mieux positionnée dans la liste des liens sponsorisés. Si le ratio atteint un certain seuil alors votre annonce se placera dans un cadre bleu au dessus des résultats naturels.

15) Testez, analysez et adaptez sans cesse vos annonces et vos sites

Tests, analyse et adaptabilité sont les clés d'une optimisation efficace. Avec un tracking efficace, vous pourrez identifier les groupes d'annonces les moins efficaces et modifier le contenu de vos annonces. Vous pourrez également compléter et/ou modifier votre liste de mots clef et augmenter votre budget pour les groupes réalisant le plus de transformations. Pour tracker les résultats de vos annonces, vous avez tout un tas d'outil disponible dans l'interface Outils de votre compte Google Adwords.

Si vous souhaitez devenir un expert en publicité sur Internet et être capable de créer des campagnes Adwords ultra optimisées et rentables qui démultiplieront votre trafic et votre chiffre d'affaire, [procurez-vous notre formation Adwords en Vidéo](http://www.video-adwords.biz).



[Cette formation Adwords en vidéo](http://www.video-adwords.biz), unique sur le marché francophone, vous permettra de dominer n'importe quel marché sur Adwords.

Cette formation est composée de plus de 3h de vidéo de formation et d'un e – book de plus de 100 pages. L'alliance de la vidéo et de l'e-book vous offre un cocktail riche en information, conseils et exemples concrets.

Pour accéder à cette formation unique et devenir un expert en création de campagnes publicitaires avec Adwords, cliquez sur le lien ci-dessous.

www.video-adwords.biz

CONCLUSION

Si vous ne vous donnez pas la peine d'optimiser vos campagnes Adwords dès maintenant, vous risquez de vous en mordre les doigts très prochainement !

L'optimisation de vos campagnes Adwords est une étape indispensable à la réussite de votre publicité en ligne. Cela représente un travail long et fastidieux mais le jeu en vaut la chandelle.

Si vous appliquez toutes les stratégies décrites dans cet e-book, vous verrez le **positionnement de vos annonces s'améliorer et votre budget Adwords diminué.**

Cela dit, je suis conscient que vous voulez en savoir plus sur les techniques d'optimisation de vos campagnes Adwords. C'est pourquoi, j'ai réalisé des vidéos vous expliquant pas à pas comment créer et optimiser vos campagnes Adwords. Avec ces vidéos, vous apprendrez, par l'exemple, à optimiser vos campagnes publicitaires. De plus, vous apprendrez à rédiger des annonces Adwords de grande qualité qui transformeront vos textes en aimant à clic.

[Pour obtenir ces vidéos, cliquez ICI](#)