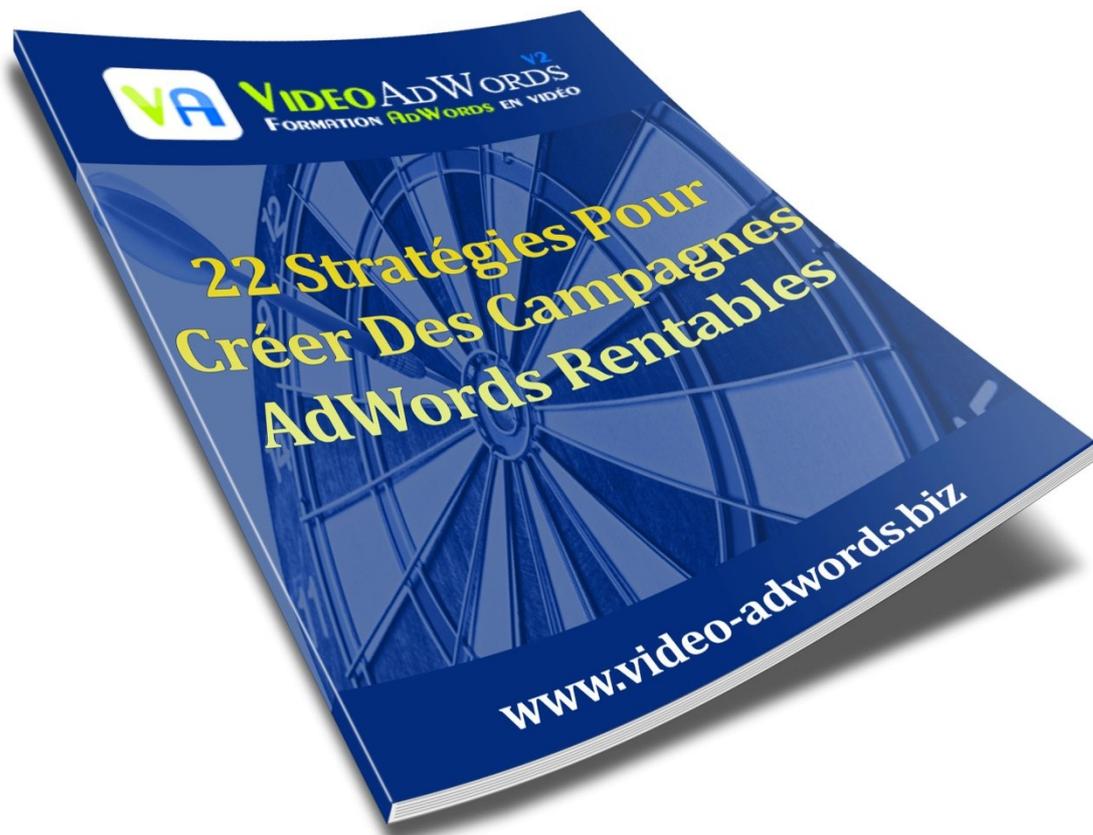


## Bienvenue et Bonne Lecture



# **22 Stratégies Pour Créer Des Campagnes AdWords Rentables**

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

**Ce guide vous est offert part**

**<http://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.*

## Table des matières

22 Stratégies pour optimiser vos campagnes Google Adwords.....	p6
Etablissez des listes de mots - clés Stratégiques.....	p8
Trouvez de nouveaux mots-clés à l'aide de la nouvelle interface.....	p10
Ajoutez des mots-clés à exclure, mais pas trop .....	p11
Créer une campagne Par grand thème.....	p12
Créez un groupe d'annonce par mot - clé.....	p14
Insérez des mots - clés dans vos annonces.....	p15
Utilisez l'outil d'insertion automatique de mots - clés.....	p16
Tirez parti des options de ciblage.....	p17
Créez des pages de destinations (Landing page) spécifiques pour chacun de vos grands thème.....	p18
Insérez des mots - clés dans vos URL à afficher.....	p19
Soyez original dans la rédaction de vos annonces.....	p21
Testez un maximum de variantes d'annonces.....	p22
Différenciez les CPC du réseau de recherche, du réseau de contenu et des emplacements gérés.....	p23
Utilisez Le Google Ad Builder.....	p24
Optez pour une stratégie d'enchère efficace.....	p25
Testez différentes versions de vos pages web.....	p26
Récupérez les recherches des internautes qui visitent votre site.....	p28
Objectif CTR élevé.....	p29
Utilisez les Filtres de La nouvelle Interface.....	p30

Améliorez les performances de vos campagnes sur le réseau  
de contenu.....p31

Testez, analysez et adaptez sans cesse vos annonces et vos sites.....p32

Conclusion.....p33

## 22 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 22 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.

## 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. Concentrez - 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.

Comment souhaitez-vous générer des idées de mots clés ?		Entrez un mot clé ou une expression par ligne :		
<input checked="" type="radio"/> Expressions ou termes descriptifs (exemple : thé vert)		<input type="text" value="régime"/>		
<input type="radio"/> Contenu de site Web (exemple : www.exemple.fr/produit?id=74893)		<input checked="" type="checkbox"/> Utiliser des synonymes		
		<a href="#">▶ Filtrer mes résultats</a>		
		<input type="button" value="Trouver des idées de mots clés"/>		

Sélectionnez les colonnes à afficher : ?				
Afficher/masquer les colonnes				
Mots clés	Concurrence entre annonceurs ?	Volume de recherche locale : août ?	Volume de recherche mensuel global ?	Type de ciblage : ?
<b>Mots clés en rapport avec le(s) terme(s) entré(s) - trié par pertinence ?</b>				
regime	<div style="width: 100%;"></div>	6 600	1 500 000	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régimes	<div style="width: 100%;"></div>	260	40 500	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régime alimentaire	<div style="width: 100%;"></div>	170	27 100	<a href="#">Ajouter</a> ↕
recettes régime	<div style="width: 100%;"></div>	73	5 400	<a href="#">Ajouter</a> ↕
recette régime	<div style="width: 100%;"></div>	91	12 100	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régime rapide	<div style="width: 100%;"></div>	58	4 400	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régime minceur	<div style="width: 100%;"></div>	36	6 600	<a href="#">Ajouter</a> ↕
menu régime	<div style="width: 100%;"></div>	46	6 600	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régime protéiné	<div style="width: 100%;"></div>	46	9 900	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régime hyperprotéiné	<div style="width: 100%;"></div>	320	22 200	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régime nutrition	<div style="width: 100%;"></div>	36	6 600	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régime dissocié	<div style="width: 100%;"></div>	16	3 600	<a href="#">Ajouter</a> ↕
regimes	<div style="width: 100%;"></div>	170	110 000	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régime hypocalorique	<div style="width: 100%;"></div>	46	4 400	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régime protéine	<div style="width: 100%;"></div>	Données insuffisantes	2 900	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régime atkins	<div style="width: 100%;"></div>	Données insuffisantes	1 900	<a href="#">Ajouter</a> ↕
régime soupe	<div style="width: 100%;"></div>	73	9 900	<a href="#">Ajouter</a> ↕

- [Google insight search](#) qui vous donnera les tendances actuelles par rapport à un mot bien précis. Vous pourrez ainsi récupérer de nouveaux mots-clés à inclure dans vos campagnes mais aussi récupérer des mots à exclure.

## Google Tendances des recherches

<b>Comparer par</b>	<b>Termes de recherche</b>	<b>Filtre</b>
<input checked="" type="radio"/> Termes de recherche <input type="radio"/> Lieux <input type="radio"/> Périodes	Conseil : Pour indiquer une expression exacte, ajoutez des guillemets ("tennis de table"). <input type="text" value="régime"/> + <a href="#">Ajouter un terme de recherche</a>	Recherche sur le Web France 2009 Santé
		<input type="button" value="Rechercher"/>

### Recherche sur le Web : intérêt pour régime

France, 2009

[Toutes les catégories](#) > Santé

Sous-catégories : [Nutrition \(75 - 100 %\)](#), [Maladies \(0 - 10 %\)](#), [Assurance maladie \(0 - 10 %\)](#), [autres...](#)

**Totaux** ?  
régime  53

#### Évolution de l'intérêt pour cette recherche

Prévisions ?  Titres des actualités ?

Niveau d'intérêt Croissance relative à la catégorie Santé

[Découvrir ce que représentent ces chiffres](#)



Nouveauté ! [Intégrer ce graphique](#)

#### Termes de recherche

##### Recherches les plus fréquentes ?

1. <a href="#">régime hyperprotéiné</a>	100
2. <a href="#">régime alimentaire</a>	70
3. <a href="#">regime</a>	50
4. <a href="#">régime protéiné</a>	30
5. <a href="#">régime proteine</a>	15
6. <a href="#">régime gratuit</a>	15
7. <a href="#">repas régime</a>	15
8. <a href="#">cholesterol régime</a>	15
9. <a href="#">cholesterol</a>	15
10. <a href="#">régime diabétique</a>	10

##### Recherches en progression ?

1. <a href="#">miss dominique régime</a>	Record
2. <a href="#">miss dominique</a>	Record
3. <a href="#">regime proteine</a>	+250 %
4. <a href="#">régime hyperprotéiné</a>	+180 %
5. <a href="#">regime alimentaire</a>	+90 %
6. <a href="#">régime proteine</a>	+80 %
7. <a href="#">régime hypocalorique</a>	+70 %
8. <a href="#">régime dukan</a>	+70 %
9. <a href="#">régime équilibré</a>	+60 %
10. <a href="#">regime</a>	+60 %

# Trouvez de nouveaux mots-clés à l'aide de la nouvelle interface.

Un Nouvel Outils de Google a fait son apparition et vous permet de trouver de nouveaux mots-clés grâce au [générateur de mots-clés basés sur les recherches](#).

Il vous suffit de saisir l'adresse d'un site web et Google vous fournira automatiquement une liste de mots en rapport avec le site en question. Très pratique pour enrichir votre campagne de nouveaux mots pertinents.

The screenshot shows the Google Keyword Planner interface for the website [www.lexik.fr](http://www.lexik.fr). The interface is in French and displays a list of keyword ideas related to the website. The table below summarizes the data shown in the screenshot.

Keyword	Monthly searches	Competition	Sugg. bid	Ad/Search share	Extracted from webpage
autocollant	6,600	Low	USD0.60	--	Impression d'adhesifs, autocollants, stickers
carte de visite gratuite	4,400	Low	USD1.27	--	Impression de cartes de visite, cartes classiques, pres
imprimeur	2,800	Low	USD1.99	--	Imprimeur Montpellier, le service d'impression Lexik, c
bache	2,800	Low	USD0.47	--	Impressions et réalisations de baches et stand roll'up
logiciel de gestion	1,800	Low	USD3.17	--	Développement d'application, logiciel en ligne, solutio
carte d'invitation gratuite	1,500	Low	USD1.23	--	Impression de cartes de visite, cartes classiques, pres
imprimerie en ligne	1,200	Low	USD2.02	--	Devis en ligne pour l'impression: cartes de visites, flye
creation boutique en ligne	1,200	Low	USD2.76	--	Créations de boutiques en ligne et e-commerce.
rond de serviette	820	Low	USD0.28	--	Impressions et réalisations de sets de table et ronds c
impression flyers	660	Low	USD2.41	--	Impression et créations de flyers, track et fiches
stickers autocollants	660	Low	USD0.47	--	Impression d'adhesifs, autocollants, stickers
impression poster	540	Low	USD2.00	--	Impression affiche et réalisation d'affiche A1, A2, A3, ,
impression carte de visite	540	Low	USD1.98	--	Impression de cartes de visite, cartes classiques, pres

## Ajoutez des mots-clés à exclure, mais pas trop !

La nouvelle interface AdWords vous propose un outil très pratique à savoir le rapport sur les requêtes de recherche.

Ainsi, depuis l'onglet mot-clé de votre compte AdWords, vous pouvez voir quels sont les recherches qui ont déclenché vos mots-clés en requête large.

De cette manière, vous pouvez très simplement ajouter de nouveaux mots-clés à vos groupes d'annonces mais également ajouter des mots-clés à exclure pour les mots ne générant aucun clic ou aucune conversion.

En revanche, laissez tourner votre campagne quelques semaines avant d'ajouter trop de mots-clés à exclure sinon vous risquerez de passer à côté d'une bonne part de votre trafic.

Groupes d'annonces Paramètres Annonces <b>Mots clés</b> Réseaux											
<< Retour aux mots clés											
<small>Vos annonces sont diffusées lorsque les internautes lancent une recherche sur les termes ci-dessous. Ces termes de recherche ont été mis en correspondance avec vos annonces sur la base des mots clés définis dans vos groupes d'annonces. <a href="#">?</a></small>											
<small>Remarque : Les rapports répertorient uniquement les mots clés ayant enregistré des clics. Pour être certain que votre rapport est alimenté en données, vous devez sélectionner une plage de dates pendant laquelle certains de vos mots clés ont reçu des clics. Vous pouvez ensuite procéder à un tri par clics dans l'onglet "Mots clés" et sélectionner les mots clés qui ont reçu au moins un clic. Une autre solution consiste à générer ce rapport pour "Tous les mots clés".</small>											
<a href="#">Ajouter comme mot clé</a> <a href="#">Ajouter comme mot clé à exclure</a> <a href="#">Télécharger</a>											
<input type="checkbox"/> Terme de recherche	Type de correspondance	Groupes d'annonces	Clics	Impr.	CTR <a href="#">?</a>	CPC moy. <a href="#">?</a>	Coût	Pos. moy.	Conv. (1 par clic) <a href="#">?</a>	Coût/Conv. (1 par clic) <a href="#">?</a>	Taux de conv. (1 par clic) <a href="#">?</a>
<b>Total</b>			<b>204</b>	<b>6 432</b>	<b>3,17 %</b>	<b>0,08 \$US</b>	<b>16,81 \$US</b>	<b>6</b>	<b>45</b>	<b>0,37 \$US</b>	<b>22,06 %</b>
<input type="checkbox"/> exemple de pub gratuit	Requête large	publicité gratuite	0	1	0,00 %	0,00 \$US	0,00 \$US	1	1	0,00 \$US	0,00 %
<input type="checkbox"/> publicité gratuite <b>Ajouté</b>	Mot clé exact	publicité gratuite	28	349	8,02 %	0,07 \$US	1,91 \$US	6,5	4	0,48 \$US	14,29 %
<input type="checkbox"/> faire sa pub sur le net gratuite	Requête large	pub gratuite internet	1	11	9,09 %	0,15 \$US	0,15 \$US	3,5	0	0,00 \$US	0,00 %
<input type="checkbox"/> pub pour ton blog gratuite	Requête large	publicité gratuite	1	10	10,00 %	0,05 \$US	0,05 \$US	1,3	0	0,00 \$US	0,00 %
<input type="checkbox"/> rentabiliser son site <b>Ajouté</b>	Mot clé exact	rentabiliser son site	2	14	14,29 %	0,12 \$US	0,25 \$US	7,1	1	0,25 \$US	50,00 %
<input type="checkbox"/> pub gratuite <b>Ajouté</b>	Mot clé exact	pub gratuite	9	47	19,15 %	0,05 \$US	0,44 \$US	5	2	0,22 \$US	22,22 %
<input type="checkbox"/> publicité gratuite sur internet <b>Ajouté</b>	Mot clé exact	Publicité gratuite sur internet	3	15	20,00 %	0,10 \$US	0,31 \$US	6,7	0	0,00 \$US	0,00 %
<input type="checkbox"/> pub gratuit	Requête large	publicité gratuite	3	14	21,43 %	0,06 \$US	0,18 \$US	3,4	1	0,18 \$US	33,33 %
<input type="checkbox"/> faire de la pub gratuitement	Requête large	publicité gratuite	2	9	22,22 %	0,08 \$US	0,15 \$US	6,3	0	0,00 \$US	0,00 %
<input type="checkbox"/> tarifs des pub sur le net <b>Exclu</b>	Requête large	publicités sur internet	1	4	25,00 %	0,20 \$US	0,20 \$US	12,5	0	0,00 \$US	0,00 %
<input type="checkbox"/> faire de la publicité gratuitement	Requête large	publicité gratuite	1	4	25,00 %	0,07 \$US	0,07 \$US	5	0	0,00 \$US	0,00 %

## Créez plusieurs campagnes

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

Le fait de créer plusieurs campagnes vous permettra de vous y retrouver plus facilement dans la gestion de votre compte. De plus, cela vous permettra de gagner un temps précieux lors des phases d'optimisation de vos campagnes.

Enfin et c'est le point le plus important, cela vous permettra de créer des pages de destinations spécifique par campagne afin de bénéficier de meilleurs taux de conversion.

Si, par exemple, vous faites la promotion d'une formation sur le développement personnel, vous pouvez créer plusieurs campagnes :

Campagne confiance en soi

Campagne vaincre le stress

Campagne vaincre la timidité

Campagne prise de parole en public etc...

Ainsi, vous pourrez créer une page de destination par campagne.

Exemple :

[www.votresite.com/confiance-en-soi.html](http://www.votresite.com/confiance-en-soi.html)

[www.votresite.com/vaincre-stress.html](http://www.votresite.com/vaincre-stress.html)

[www.votresite.com/vaincre-timidite.html](http://www.votresite.com/vaincre-timidite.html)

[www.votresite.com/prise-parole-en-public.html](http://www.votresite.com/prise-parole-en-public.html)

Et ainsi de suite...

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.](#)



**VIDEO AdWords V2**  
WWW.VIDEO-ADWORDS.BIZ

## 50 Vidéos De Formation

- X 20 Vidéos De Cas pratique
- X Garantie Satisfait ou Remboursé
- X 4 Vidéos Bonus inédites
- X Accès Illimité au forum privé

[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 50 vidéos de formation dont 20 vidéos de cas pratique dans lesquelles je vous montre comment créer une campagne et surtout, comment l'optimiser pendant plus de 2 semaines.

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

<http://www.video-adwords.biz/>

## 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 300 mots-clés dans votre liste, vous devrez créer 300 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**
- Ajoutez des **mots-clés à exclure**
- **Variez** les titres et les textes de vos annonces
- Placez vos **mots-clés dans vos annonces**
- Créez des **landing pages optimisées par thème**

## 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). Et bien entendu, cela améliorera le taux de conversion de vos annonces, ce qui est le but principal.

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](http://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 placez 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.

## 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.

Ainsi, cette balise vous permettra de reprendre automatiquement les mots-clés saisis par les internautes au sein même de vos annonces. De ce fait, les mots-clés apparaîtront en gras et votre annonce aura un meilleur niveau de qualité.

Cette balise peut être utilisée plusieurs fois dans une annonce ou dans plusieurs annonces à la fois.

**{Keyword:texte alternatif}**, Mettez le **K** et le **W** en **Majuscule** si vous souhaitez que la première lettre de chaque mot soit en majuscule.

**{Keyword:texte alternatif}**, Mettez simplement le **K** et en **Majuscule** si vous souhaitez que la première lettre du premier mot soit en majuscule.

**{keykord:texte alternatif}**, Mettez le **K** et le **W** en **minuscule** si vous souhaitez que la première lettre de chaque mot soit en minuscule.

## 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**

Mot-clé

### **Expression exacte**

"mot-clé"

### **Mot clé exact**

[mot-clé]

### **Mot clé à exclure**

-mot-clé

## 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 à **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 chacun de vos grands thèmes**.

De plus, nous savons désormais que Google adapte le CPC en fonction de l'url de destination grâce à son **robot AdsBot**.

**Donc, plus vos pages de destination seront optimisées par rapport à vos groupes d'annonces et à vos annonces, mieux seront positionnées vos annonces et moins cher vous paierez au clic.**

## 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.video-adwords.biz/index.php?p=vente>

**URL à afficher :**

[www.video-adwords.biz](http://www.video-adwords.biz)

Vous pouvez aussi intégrer des mots-clés dans vos url à afficher afin de les faire apparaître en gras pour augmenter le niveau de qualité de vos annonces.

Exemple :

[www.votre-site.com/Mot+Cle](http://www.votre-site.com/Mot+Cle)

Enfin n'oubliez surtout pas d'inclure l'extension de votre nom de domaine dans l'URL à afficher ( .fr, .com, .org, .net etc...).

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.](#)



**VIDEO AdWORDS V2**  
WWW.VIDEO-ADWORDS.BIZ

## 50 Vidéos De Formation

- X 20 Vidéos De Cas pratique
- X Garantie Satisfait ou Remboursé
- X 4 Vidéos Bonus inédites
- X Accès Illimité au forum privé

[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 50 vidéos de formation dont 20 vidéos de cas pratique dans lesquelles je vous montre comment créer une campagne et surtout, comment l'optimiser pendant plus de 2 semaines.

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

<http://www.video-adwords.biz/>

## 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 ?

**[En vous inscrivant gratuitement sur mon site,](#) vous recevrez plusieurs vidéos gratuites dont 2 spécialement dédiées à la rédaction d'annonces originales et pertinentes.**

## Testez un maximum de variantes d'annonces

Pour optimiser votre campagne AdWords, vous ne devez pas vous contenter de créer une seule annonce par groupe d'annonce. En effet, plus vous aurez de variantes d'annonces, plus Google pourra les tester auprès des internautes.

Ainsi, au bout de quelques semaines, vous serez en mesure de voir laquelle de vos annonces convertit le plus alors que si vous n'aviez rédigé qu'une seule annonce, comment **savoir si vous auriez pu faire plus de conversions ?**

Pour rédiger des variantes d'annonces il existe de nombreuses techniques comme la technique des mots clés, la technique de la flèche, la technique du Copywriting etc...

**[En vous inscrivant gratuitement sur mon site,](#) vous recevrez plusieurs vidéos gratuites dont 2 spécialement dédiées à la rédaction d'annonces originales et pertinentes.**

## 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 affichés 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.

Cependant, ne mettez pas des cpc trop faibles sur le réseau de contenu car, avec la nouvelle interface d'AdWords, vous avez la possibilité de choisir les sites sur lesquels vous souhaitez annoncer. Cette nouvelle option permet de maximiser vos taux de clics et vos taux de conversion.

Je vous recommande de définir des cpc d'environ 50% de la valeur de vos cpc du réseau de recherche. Cela vous permettra d'être bien positionné sur les emplacements gérés.

## Utilisez Le Google Ad Builder

Le Google Ad Builder est l'outil de création d'annonces illustrées de Google. Cet outil vous permet de créer des annonces illustrées en 3 clics de souris afin d'optimiser l'affichage de vos annonces sur le réseau de contenu.

Selon Google, le fait de créer des annonces illustrées à diffuser sur le réseau de contenu peut augmenter vos taux de conversion de 10 à 20% alors si c'est papa Google qui le dit, pourquoi vous priver ?

Créez une annonce graphique en quelques minutes et diffusez-la sur le réseau de contenu Google. [\[En savoir p](#)

**Catégorie**

- » Paramètres généraux
- Rich media et vidéo
- Saisonnier
- Commerce de détail
- Enseignement
- Financiers
- Loisirs, Sports, Spectacles
- Personnes
- Technologie
- Voyages
- Tout afficher

Trier par

- Plus récent
- Plus populaire
- » Taux de clics le plus élevé



**Ligne de description 2**

SAISIR UN SITE

Tout usage 5

Choisir



**Titre**

ACHETEZ !

Tout usage 11

Choisir



**Titre**

En savoir plus

Tout usage 24

Choisir



**Titre**

Ligne de description

ACHETEZ !

Tout usage 6

Choisir

## 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.

Pour être certains que la majorité de vos mots-clés soient en première page, je vous recommande de commencer avec des cpc de 0,05. Cela vous permettra ensuite de bien optimiser vos campagnes.

Enfin, pour déterminer le montant que vous êtes prêt à payer pour chaque clic, je vous conseille de réfléchir en terme de conversion. C'est-à-dire, combien êtes vous prêt à payer pour chaque nouveau prospect ou client ?

Pour faire ce calcul, vous pouvez procéder de la manière suivante :

**Si vous ne voulez pas dépenser plus d'1€ par prospect et qu'une de vos annonces obtient un taux de conversion de 25%, il faut choisir votre cpc à 25% de 1€ soit 0,25€. Ce n'est pas plus compliqué que ça...**

## Testez différentes versions de vos sites

Afin d'optimiser vos campagnes Adwords au maximum, je vous recommande de tester différentes versions de vos pages de destination 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.

L'optimiseur de sites vous permettra de faire tourner différentes versions de vos pages web afin de voir laquelle convertit le mieux. Vous pouvez par exemple tester 2 ou 3 mises en page différentes.

Mais le must, c'est que l'optimiseur de site vous permet également de tester vos pages en profondeur. En effet, vous pourrez tester différentes accroches, différents argumentaires, la taille, la couleur et la police de vos textes...

Vous pourrez aussi tester différentes images, différents formulaires (jusqu'à la couleur du bouton et le texte du formulaire...)

Il n'est pas possible d'optimiser une campagne AdWords au maximum sans utiliser cet outil.

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.](#)



**VIDEO AdWORDS V2**  
WWW.VIDEO-ADWORDS.BIZ

## 50 Vidéos De Formation

- X 20 Vidéos De Cas pratique
- X Garantie Satisfait ou Remboursé
- X 4 Vidéos Bonus inédites
- X Accès Illimité au forum privé

[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 50 vidéos de formation dont 20 vidéos de cas pratique dans lesquelles je vous montre comment créer une campagne et surtout, comment l'optimiser pendant plus de 2 semaines.

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

<http://www.video-adwords.biz/>

## Récupérez les recherches des internautes qui visitent votre site.

Pour récupérer les recherches exactes des internautes qui ont visité votre site via AdWords, 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.

En revanche, vous ne pourrez pas voir uniquement les mots-clés provenant d'AdWords. Pour ce faire, **vous devrez créer 2 filtres** qui diront à Analytics de vous montrer uniquement les mots-clés provenant d'AdWords.

Je vous montre comment procéder dans [ma formation AdWords en vidéo](#).

Lorsque vous aurez installé ce filtre, vous pourrez récupérer de nouveaux mots-clés ultra ciblés à intégrer dans vos campagnes AdWords mais surtout, vous pourrez **repérer les mauvais mots afin de les ajouter comme mots-clés à exclure** dans vos campagnes. Cela aura pour incidence d'augmenter votre ctr et vos taux de conversions.

## 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.

Pour augmenter votre ctr, vous devrez optimiser rigoureusement vos campagnes pendant des semaines voir des mois.

En effet, il faut faudra ajouter des mots-clés à exclure, ajouter de nouveaux groupes d'annonces, supprimer certains mots-clés, augmenter et diminuer les cpc de certains mots-clés, tester différentes versions de vos annonces et de vos pages web...

Vous l'aurez compris, tout ça ne s'improvise pas. Je vous montrerais en détails comment optimiser une campagne AdWords dans [ma formation AdWords en vidéo](#).

## Utilisez les Filtres de La nouvelle Interface

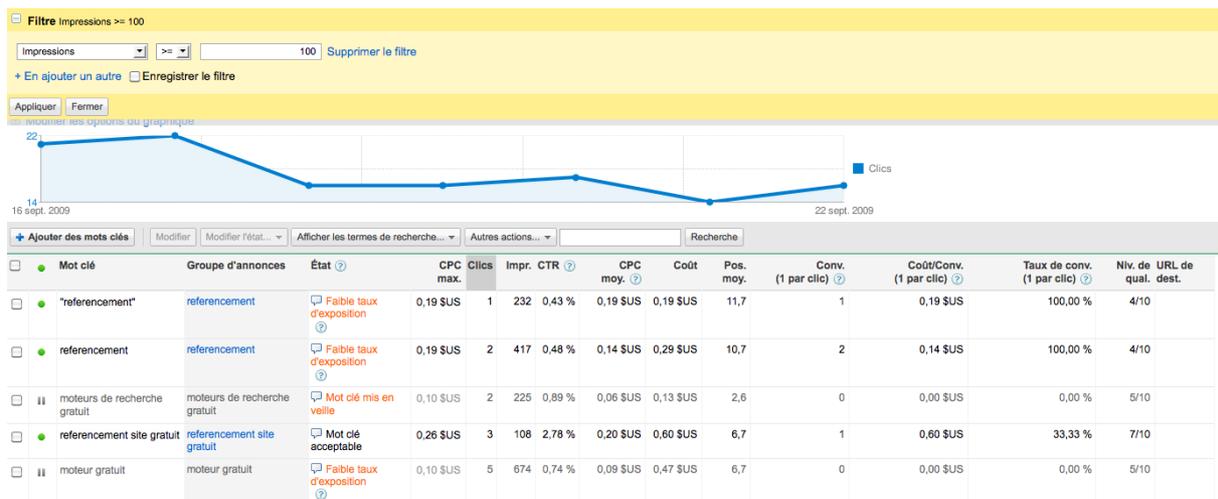
La nouvelle interface d'AdWords vous permet d'identifier des mots-clés pertinents ou, au contraire, peu efficace.

Imaginons que je veuille déterminer quels sont les mots-clés qui génèrent beaucoup d'impressions mais peu ou pas de clics. Cela diminue mon ctr et donc, les performances de ma campagne.

Je vais donc aller dans l'onglet mot-clé de ma campagne afin de repérer ces mots néfastes au bon fonctionnement de ma campagne.

Je me place donc sur l'onglet mot-clé, je clique sur filtre et affichage et je règle mon filtre de la manière suivante.

Impressions  $\geq$  à 100 et je clique sur appliquer.



## Améliorer les performances de vos campagnes sur le réseau de contenu

La nouvelle interface d'AdWords vous permet de savoir sur quels sites du réseau de contenu vos annonces sont diffusées.

Il vous suffit de cliquer sur l'onglet réseaux de votre compte et de cliquer sur détails à côté du texte emplacements sélectionnés automatiquement.

Ainsi, si vous voyez qu'un site vous apporte beaucoup de clics, vous pouvez l'ajouter à vos emplacements gérés afin de déterminer le cpc vous-même. C'est une option très pratique pour optimiser vos campagnes AdWords sur le réseau de contenu.

■ Réseau de contenu : emplacements sélectionnés automatiquement

Gérer l'emplacement et l'enchère Exclure des emplacements Consulter la liste d'URL Télécharger

<input type="checkbox"/>	Domaine	Groupe d'annonces	Clics	Impr.	CTR	CPC moy.	Coût
<input type="checkbox"/>	rankspirit.com	moteur de recherche gratuit	1	1	100,00 %	0,07 \$US	0,07 \$US
<input type="checkbox"/>	venez.fr	referencement site google gratuit	1	1	100,00 %	0,06 \$US	0,06 \$US
<input type="checkbox"/>	cool-smiley.com	referencement gratuit msn	1	2	50,00 %	0,06 \$US	0,06 \$US
<input type="checkbox"/>	maxitrafic.com	moteur gratuit	1	1	100,00 %	0,04 \$US	0,04 \$US
<input type="checkbox"/>	free.fr	moteur de recherche gratuit	0	298	0,00 %	0,00 \$US	0,00 \$US
<input type="checkbox"/>	commentcamarche.net	referencement gratuit msn	0	293	0,00 %	0,00 \$US	0,00 \$US
<input type="checkbox"/>	infos-du-net.com	referencement gratuit msn	0	175	0,00 %	0,00 \$US	0,00 \$US
Autres domaines ?			2	2 508	0,08%	0,05 \$US	0,10 \$US
<b>Total - tous les emplacements sélectionnés automatiquement</b>			<b>6</b>	<b>3 279</b>	<b>0,18 %</b>	<b>0,06 \$US</b>	<b>0,33 \$US</b>

## 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 traquer les résultats de vos annonces, vous avez tout un tas d'outil disponible dans l'interface Outils de votre compte Google Adwords.

## 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 maintenant, cliquez ici](#)