

GFACTEUR
MARKETING

Mettez enfin
cet outil de
votre côté pour
Booster
Vos Affaires

Bizness ⚡ Machine



Sommaire

G, le facteur Marketing exposé !	3
1.1 Pourquoi ajouter Google à votre marketing ?	3
1.2 Comment utiliser Google pour stimuler vos affaires	4
Râtisser dans le trafic gratuit de Google	7
2.1 Comment fonctionne ce moteur de recherche.....	7
2.2 Choisissez vos mots-clés	8
2.3 Comment faire indexer votre site.....	10
2.4 Comment augmenter votre positionnement.....	11
2.5 Comment protéger votre position	13
2.6 Maximiser l'entonnoir de votre trafic.....	15
L'influence du PPC	17
3.1 Adwords expliqué	17
3.2 Comment fonctionne le programme Adwords	18
3.3 Comment réaliser une campagne profitable.....	19
3.4 Comment enchérir sur des mots-clés bien rémunérés	21
3.5 Astuces marketing.....	22
Gagner de l'argent avec Adsense	24
4.1 Générer un revenu additionnel	24
4.2 Comment obtenir le type d'annonce souhaité	25
4.3 Comment créer un compte Adsense	27
4.4 Comment construire des sites de contenu	28
4.5 Où intégrer les annonces Adsense pour un taux de clics maximum	30
Les outils complémentaires	32
5.1 Google Analytics :	32
5.2 L'analyseur de site	34
Conclusion	36
6.1 Avertissements.....	36
6.2 Quelques astuces pour combiner les programmes et amplifier vos affaires.....	37

G, le facteur Marketing exposé !

1.1 Pourquoi ajouter Google à votre marketing ?

Vous avez déjà entendu parler de [Google](#) et peut-être est-ce, comme pour près de 80 % des Internautes, votre moteur de recherche favori ! Mais saviez-vous que Google peut vous aider autrement que par la recherche d'informations ? Google peut également vous aider à largement augmenter les profits de votre entreprise.

Il existe deux manières par lesquelles Google aide les entrepreneurs à augmenter leurs résultats, avec [Google AdWords](#) et [Google AdSense](#). Ce sont deux programmes de publicité séparés qui fonctionnent néanmoins réellement ensembles, même si vous ne participez qu'à l'un des programmes.

Google AdWords est un programme de publicité «payée au clic » (Pay-Per-Click). Vous créez gratuitement un compte, rédigez l'annonce que vous souhaitez publier, choisissez vos mots-clés, placez votre budget puis vous activez la campagne. Google publie alors votre annonce dans les résultats de recherche correspondants aux mots-clés que vous avez choisis, mais également sur les sites Web aux contenus qui sont liés à vos mots-clés.

Chaque fois que quelqu'un clique sur votre annonce, vous êtes débité du montant que vous avez accepté de payer chaque clic, voire moins dans certains cas. Google fonctionne par pré paiement. Vous devez donc créditer votre compte avant de pouvoir activer votre campagne et la voir s'afficher.

Votre compte est débité à chaque clic enregistré et une fois le solde atteint, Google prélève automatiquement votre carte de crédit ou, si vous avez paramétré des prélèvements manuels, vous prévient par email que votre solde est épuisé. Option que je vous recommande, car cela peut aller très vite surtout si vous démarrez avec Google.

Créditez votre solde au minimum et faites vos tests, puis quand votre limite est dépassée créditez à nouveau votre compte. Ceci vous permet d'avoir une soupape de sécurité. Une fois que vous maîtriserez la gestion de vos campagnes et des coûts publicitaires vous pourrez faire créditer votre compte automatiquement.

C'est une des manières les plus efficaces d'avoir du trafic pour votre site et de créer une liste si vous envoyez ce trafic vers une page de capture

De l'autre côté se trouve Google AdSense. Google AdSense ne coûte rien, au contraire, il verse de l'argent aux propriétaires de sites de contenus qui placent un code AdSense sur leurs pages chaque fois qu'un de leurs visiteurs clique sur une des annonces publiées.

Avec Google AdSense, vous pouvez choisir le type et le design des annonces qui seront publiées sur votre site. Une fois que vous avez placé le code sur vos pages, Google génère des annonces appropriées au contenu de cette page afin que les annonces soient très fortement ciblées.

Les annonces qui sont proposées aux sites AdSense sont les annonces que les clients d'AdWords publient par le biais du programme AdWords, et ceci fait que les deux programmes fonctionnent bien et bel ensembles.

Comme vous pouvez le constater, vous pouvez joindre de paires ces forces avec d'un côté AdSense pour générer des revenus complémentaires et/ou AdWords pour générer plus de trafic vers votre site et pour le convertir ensuite en ventes additionnelles.

1.2 Comment utiliser Google pour stimuler vos affaires



Google facilite la stimulation des activités Internet grâce à : **Google AdSense, Google AdWords et en utilisant leur moteur de recherche en général**. Regardez ce que chaque programme de Google peut faire pour votre activité.

Google AdSense est un programme de publicité, qui permet à des propriétaires de site Web de s'inscrire - gratuitement - puis de placer le code d'annonce sur leurs pages Web. Ils gagnent de l'argent quand les gens qui visitent leurs sites Web cliquent sur les annonces de Google AdSense.

Les annonces d'AdSense qui sont servies sur vos pages sont appropriées au contenu éditorial de votre page. Bien que chaque clic ne paye pas énormément, de nombreux clics peuvent vraiment générer de l'argent. En fait, il y a beaucoup de personnes qui ne font rien d'autre qu'éditer des sites « AdSense » destinés à générer des clics sur les annonces AdSense et de ce fait un revenu.

Ces sites sont conçus avec un contenu censé attirer les annonces à haut rendement de Google AdSense, en visant les mots-clés les plus rémunérateurs. Quelques éditeurs de site Web se concentrent uniquement sur Google AdSense pour générer un revenu depuis leur site, d'autres l'ajoutent simplement pour produire un courant de revenus additionnels.

Google AdWords est un programme de publicité sur lequel les propriétaires de site payent. Ils créent un compte, gratuitement, rédigent une annonce, choisissent les mots-clés et le budget et puis laissent l'annonce tourner.

L'annonce apparaît dans les résultats de recherche quand quelqu'un effectue une recherche sur l'un des mots-clés choisis. Elle apparaît également sur les sites de contenus (sites AdSense) qui contiennent les mots-clés que vous avez choisis.

Une fois de plus, vous payez chaque clic que vous obtenez, mais vous constaterez qu'en employant Google AdWords, votre trafic augmente considérablement en quelques heures et que ceci aura naturellement comme conséquence une augmentation des ventes.

Enfin, en utilisant des techniques d'optimisation pour les moteurs de recherche, vous pouvez tirer profit du marketing de recherche naturel. Google est le moteur de recherche le plus populaire parmi les internautes et vous voulez certainement y obtenir le meilleur classement.

En optimisant et en faisant du marketing de recherche naturel, votre site Web apparaîtra plus haut dans les résultats de recherche et cela ne coûtera rien de plus que votre temps si vous réalisez l'optimisation vous-même.

Râtisser dans le trafic gratuit de Google

2.1 Comment fonctionne ce moteur de recherche

Bien que nous n'y réfléchissions pas habituellement, il est très important pour n'importe qui utilise AdSense, AdWords ou le marketing de recherche naturel pour leurs activités, de comprendre les principes de base qui conduisent le moteur de recherche de Google.

Il y a trois parties principales : Googlebot, Indexer et le processeur QUERY. Chacune de ces trois pièces est cruciale aux entreprises en ligne, que vous le croyiez ou non. Observons chacun de ces éléments pour voir comment ils fonctionnent.

Googlebot est l'araignée du moteur qui vient sur vos pages pour les capturer. Ce n'est pas une araignée réelle.

Googlebot fonctionne plutôt comme un navigateur web qui appelle un serveur en fonction de la page demandée et la télécharge. Simplement comme vous faites lorsque vous ouvrez votre navigateur internet, saisissez une adresse et la page se charge.

Googlebot, cependant, est dirigé par de nombreux ordinateurs et effectue cette tâche beaucoup plus rapidement qu'un utilisateur pourrait le faire depuis son ordinateur. Mais Googlebot ne sait pas qu'un site Web existe jusqu'à ce qu'une URL soit ajoutée dans le [formulaire d'enregistrement d'URL](#) ou jusqu'à ce qu'il trouve un lien dirigé vers ce site sur un autre site.

Quand Googlebot visite une page, il prend tous les liens de cette page et les met dans une file d'attente puis il répète ce processus maintes et maintes fois. Une fois

que Googlebot a trouvé un lien et a téléchargé la page, il remet cette page à l'Indexeur (Indexer).

L'indexeur stocke les pages dans la base de données de Google. L'indexeur classe alors toutes les pages dans sa base de données, alphabétiquement, en regardant tous les mots-clés liés aux pages. Il ne prête aucune attention aux filtres de mots communs de Google. Il prête uniquement son attention à un type plus important mots de mot-clé.

L'indexeur, après avoir indexé les pages, attend que le processeur QUERY de Google lui demande une liste de documents. Un mot-clé est donné au processeur QUERY, qui en retour demande à l'indexeur une liste de sites Web qui contiennent ce mot-clé.

L'indexeur fournit alors une liste des documents au processeur QUERY et le processeur QUERY présente cela à l'utilisateur qui a demandé le mot-clé.

Comme vous pouvez voir, chaque élément est important pour l'autre. Tout débute avec Googlebot qui trouve votre page Web liée à une autre page ou par l'enregistrement manuel de votre URL à visiter ici :

<http://www.google.fr/addurl/?continue=/addurl>

2.2 Choisissez vos mots-clés

Le choix des mots-clés à cibler pour le moteur de recherche n'est pas très difficile, mais il exige un certain niveau de recherche. En fait, beaucoup de personnes passent des heures par jour ou une semaine à la recherche des mots-clés parfaits. Mais cela ne doit pas vraiment prendre autant de temps.

L'idée derrière le choix des mots-clés à cibler pour les moteurs de recherche est de trouver ceux qui sont souvent recherchés.

Par exemple, si vous avez un site Web traitant de la perte de poids, vous recherchez et constatez que le mot-clé « maigrir » enregistre de très nombreuses recherches mensuelles, vous pourriez penser que ce mot est un bon mot-clé.

Bien, la réponse à ça serait les deux oui et non. Oui, il y a de nombreuses personnes qui recherchent ce mot-clé, mais parce qu'il y a beaucoup de concurrence sur ce marché, cela peut ne pas être le bon mot-clé pour vous. Il vous faudra rétrécir le champ de votre mot-clé en le précisant.

Vous pouvez faire ceci en utilisant un outil tel que le générateur de mots-clés- de Google que vous trouverez à cette adresse :

<https://adwords.google.fr/select/KeywordToolExternal>

Il suffit de renseigner le mot-clé « maigrir » sur lequel vous souhaitez des informations, puis de saisir le code sécurité.

Vous voyez avec ce mot-clé, il y a presque un million de recherches.

Évidemment, ce mot-clé est très populaire. Mais en regardant un peu plus bas de cette liste, On peut voir que « comment maigrir », « recette pour maigrir » et « programme pour maigrir » obtiennent également un nombre élevé de recherches mensuelles.

En visant ces mots-clés plus focalisés, quoiqu'ils obtiennent un nombre inférieur de recherches, vous constaterez que vous obtiendrez moins de clics mais que vous effectuerez plus de ventes car vous vous adresserez à un groupe de personnes plus spécifique.

Ne visez pas systématiquement les mots-clés les plus recherchés. Un mot clé peut être intéressant et lucratif à partir de 300 recherches.

Dans notre exemple, regardez le mot-clé « comment bien maigrir », au jour de la rédaction de cet ouvrage les statistiques indiquent 590 recherches. Si votre produit est très ciblé vous pourriez enregistrer un nombre étonnant de commandes.

En résumé, choisissez une niche à forte demande puis réduisez votre marché en précisant votre mot-clé aussi spécifiquement que possible en utilisant les expressions recherchées dans cette niche. Vous vous positionnerez dans un marché plus ciblé et bien moins concurrentiel.

2.3 Comment faire indexer votre site

Vous devez faire en sorte que vos sites soient indexés par Google si vous voulez réussir. Vous avez probablement déjà entendu cela maintes et maintes fois. Vous avez même pu entendre des personnes dire à quel point c'est difficile et tout le travail que cela demande. Mais ce n'est pas nécessairement vrai, si vous savez quoi et comment faire.

Une fois que votre site Web est prêt, vous devez tout d'abord inviter Googlebot à venir le visiter pour l'indexer. Pour se faire il suffit de vous rendre à l'adresse ci-dessous et d'enregistrer votre URL, je vous recommande d'enregistrer toutes les pages que vous souhaitez faire voir à Google : <http://www.google.com/addurl>.

Avant que vous ne le fassiez, votre site Web doit être prêt. Assurez-vous que votre contenu a ciblé les mots-clés par lesquels vous souhaitez être trouvé par vos visiteurs au travers du moteur de recherche. Les mots-clés devraient être présents à hauteur de 2 à 6 % dans votre contenu. C'est ce que l'on appelle la densité de mots-clés.

Employez les diverses techniques d'optimisation pour les moteurs de recherche. Assurez-vous aussi que vos mots-clés sont utilisés dans le contenu réel de vos pages, mais également dans le titre de la page, dans les balises « Alt » des graphiques et des liens, dans le texte d'ancre pour des liens (texte visible du lien), et dans des vos balises Meta (balises d'entête HTML située entre les balises <Head> et </Head> de votre page).

Vous devez également vous assurer que vous avez un code HTML propre, que toutes vos pages sont liées ensemble et que vous n'employez aucune technique SEO de Black Hat (techniques bannies par Google pouvant entraîner l'expulsion de vos sites sur les pages de résultats ainsi que la suppression de vos comptes Google).

Alors cette méthode d'indexation peut s'avérer longue car Googlebot a des millions de pages web à aller visiter chaque jour et cela peut prendre du temps pour qu'il arrive enfin chez vous. Mais il y a une manière plus rapide d'être indexé dans Google, en utilisant tout simplement Google AdWords.

Avec Google AdWords, vous pouvez créer un compte gratuitement, mais rappelez-vous qu'il faudra créditer votre compte avant de publier votre campagne. Choisissez vos mots-clés, installez votre annonce, placez un budget, et activez la campagne. Vous devrez également définir combien vous êtes disposé à payer par clic, par mot-clé, etc.

Google commence alors à afficher vos annonces dans les pages de résultats affichées pour vos mots-clés. Vos annonces seront présentées dans la colonne de droite des pages de résultats.

2.4 Comment augmenter votre positionnement

Comme de nombreux propriétaires de site vous voilà parti à la chasse de ce top positionnement toujours insaisissable des moteurs de recherche. Tous le veulent, mais peu, évidemment, peuvent l'avoir

La première chose que vous devez réaliser au sujet du classement des moteurs de recherche est qu'il peut seulement y avoir dix sites Web dans les dix résultats principaux pour chaque mot-clé. C'est dix sites parmi des milliers voire des millions !

Mais cela ne devrait pas vous arrêter dans vos tentatives d'accéder à ce fameux « top ten » ! Le truc est de tout d'abord rétrécir le terrain de jeu.

Ceci est réalisable par le fait de rétrécir votre choix de mot-clé, comme auparavant. Au lieu de vous positionner sur le mot-clé « écrire », vous pourriez choisir une matière plus focalisée, telle que « l'écriture créatrice » ou « comment écrire ».

En choisissant un mot-clé plus focalisé, vous avez nettement coupé la concurrence pour les dix places principales tout en augmentant vos possibilités de paraître dans ses premiers résultats.

Ensuite, vous réutilisez les mêmes techniques d'optimisation, vérifiez que le code HTML utilisé pour vos pages est propre. Utilisez les balises méta, Puis vérifiez la présence des mots-clés dans les ancres de vos liens, utilisez les caractères gras pour quelques mots-clés dans votre contenu, dans vos titres H1, H2, H3 et bien sûr, vérifiez la densité globale de vos mots-clés, je vous rappelle le quota entre 2 et 6 %.

Je vous donne ici quelques outils disponibles sur internet :

- Ce site est en anglais mais il propose un grand nombre d'outils gratuits dont un « keyword density checker » qui permet de vérifier la densité des mots-clés : <http://www.iwebtool.com/tools/>
- Si vous ne savez pas créer les Balises Meta, voici un générateur très pratique sous forme de formulaire qui va les générer sous forme de code qu'il vous suffira d'insérer entre vos balises <Head> et </ Head> du code source de votre page : <http://www.acf-webmaster.com/modules/vigoos/meta/index.php>
- Un site qui vous propose également des outils gratuits et payants, en anglais, pour améliorer l'optimisation pour les moteurs de recherche, dont un assez pratique qui vous permet de comparer la densité des mots-clés entre 2 sites : <http://www.rankquest.com/seo-tools.html>

Vous devez également vous assurer de mettre à jour constamment votre site et d'y ajouter du contenu. Rappelez-vous que les moteurs de recherche sont à l'affût

de contenu frais et pertinent, plus vous mettrez votre site à jour plus il sera visité par Google et plus votre site leur paraîtra vivant et de ce fait pertinent.

Mais tout ceci n'est toujours pas suffisant. La prochaine chose que vous devez faire est de travailler votre optimisation hors-page. Vous avez besoin de liens qui pointent vers votre site et à sens unique. Ce sont des liens que vous ne devez pas échanger.

Vous obtenez ces liens en visitant les blogs populaires, en laissant des commentaires qui sont appropriés au message d'origine et bien entendu, d'ajouter le lien vers votre site dans votre signature.

Vous pourriez également avoir un blog qui n'est pas sur votre domaine. Lorsque vous postez un message sur ces blogs hors domaine faites savoir que votre blog a été mis à jour en utilisant un service tel que www.pingomatic.com et puis taguez-le en utilisant un site de bookmarking social (favoris) tel que www.onlywire.com.

Les mouvements dans les moteurs de recherche prennent du temps et le temps que cela peut prendre dépendra de ce que vous faites pour que cela se produise mais aussi du nombre de fois que vous le ferez !

En résumé, faites tout ce qu'il faut pour optimiser vos pages et ensuite commencez à vous concentrer sur l'optimisation hors-page de la même manière. Ces deux techniques d'optimisations sont indissociables dans l'obtention d'un bon positionnement.

2.5 Comment protéger votre position

Arriver au top des résultats de recherche est une chose, garder cette position est une toute autre partie du jeu. Cela prend beaucoup de temps et effort d'obtenir un classement supérieur dans les moteurs de recherche, mais une fois que vous l'avez atteint, vous devez continuer à déployer vos efforts pour rester là.

Les nombreuses tâches que vous avez exécutées afin d'atteindre cet excellent positionnement doivent être effectuées continuellement pour rester au top.

Ceci inclut la mise à jour régulière de votre site Web, mais pour la plupart, rester au top des résultats de recherche provient davantage des techniques d'optimisation hors-page.

En d'autres termes, vous devez continuer d'établir ces liens entrants à sens unique. Vous voulez des liens entrants vers votre site depuis des sites Web qui reçoivent beaucoup de trafic, mais qui sont aussi dans les haut-rangs des moteurs de recherche pour ces mots-clés.

Et comme vous obtenez des liens entrants depuis de tels sites, les moteurs de recherche vous voient comme un site tout aussi important.

Il y a de nombreuses manières d'obtenir un lien entrant sur les sites Web d'autres personnes.

La meilleure manière, cependant, est de participer à leurs blogs, soumettez du contenu, si cela est permis et participez à leurs forums en incluant votre propre lien dans toutes ces activités.

Si vous contactez le propriétaire du site pour lui demander un lien vers votre site il vous demandera très souvent de faire un échange.

Rappel : les liens les plus qualifiants pour les moteurs de recherche sont les liens entrants, c'est-à-dire les liens émis par d'autres sites vers le votre.

Il existe également 2 autres types de liens :

- Les liens réciproques ou échange de lien, ce sont des liens qui souvent s'annulent, au pire vous pénalisent c'est selon l'humeur de Google. Si vous avez obtenu le fameux PageRank de Google vous pouvez le geler voire vous le faire absorber par un autre site au PageRank inférieur ou nul.

- Les liens sortants ont un effet pire encore sur votre positionnement, car eux sont pris en compte par les robots de Google. L'effet sur le PageRank sera tout simplement incontestable. Il vous faut donc faire attention aux liens sortants que vous autorisez sur vos pages, d'une manière générale évitez-les et partez plutôt à la conquête et à la mise en place de liens entrants.

Pour cette raison, il est préférable de trouver un autre moyen d'obtenir votre lien sur ce site. Si vraiment aucun autre moyen n'est possible, acceptez alors l'échange de lien si le site vaut vraiment la peine de votre point de vue, celui de vos visiteurs et celui des moteurs de recherche en général (attention au PageRank pour Google).

Vous devez simplement continuer d'élever votre site Web, en ajoutant du contenu de façon régulière, en adhérant à toutes les règles d'optimisation SEO et par l'obtention continue de liens entrants importants vers votre site.

2.6 Maximiser l'entonnoir de votre trafic

Il y a de nombreuses manières d'obtenir du trafic gratuit. Ce trafic libre est très important, manifestement parce qu'il coupe nettement votre investissement dans les annonces ou il vous permet d'investir plus dans les supports publicitaires payants. Google joue un rôle important en termes de production de trafic libre.

Utilisez les techniques de marketing naturelles, qui utilisent fondamentalement les techniques d'optimisation pour les moteurs de recherche, celles-ci vous permettront de mieux positionner votre site.

Cette optimisation inclut les deux systèmes d'optimisation de page autant que l'optimisation hors-page, les liens entrants, la présence et la densité des mots-clés, etc.

Mais une fois que vous obtenez du trafic, vous devez apprendre comment le maximiser. Installez une page de capture d'opt-in, qui peut également s'appeler une page d'opt-in, une page de compression, ou une page de passage par laquelle vos visiteurs passeront avant d'arriver à votre contenu. Cette page demandera le prénom et l'adresse email du visiteur, et si vous leur offrez quelque chose de gratuit en échange, tel qu'un ebook ou un rapport, ils vous fourniront très volontiers ces informations.

Ces informations sont alors envoyées à votre répondeur automatique, à partir duquel vous allez pouvoir proposer des nouveaux marchés à ces visiteurs maintes et maintes fois, les amenant de nouveau à votre site à plusieurs reprises, sans devoir les obliger de revenir à vous par les moteurs de recherche.

En capturant les noms et les adresses email de cette manière, vous pouvez vraiment maximiser le trafic libre que vous obtenez de Google, et vous constaterez que vous avez plus de visiteurs à répétition, ce qui équivaut à plus de ventes.

L'influence du PPC

3.1 Adwords expliqué

Si vous voulez lancer efficacement votre site en lui amenant des hordes de trafic - presque immédiatement – vous avez besoin d'apprendre comment utiliser Google AdWords. C'est très facile, mais vous avez besoin d'un certain niveau de connaissances de Google AdWords pour le faire travailler de manière efficace.

Comme vous devez le savoir, l'inscription sur Google AdWords est gratuite mais son utilisation coûte réellement de l'argent.

Vous pouvez créer une campagne de A à Z mais elle ne sera activée que lorsque votre compte sera crédité.

Si vous ne comprenez pas comment faire tout ça, Google a été très efficace dans son enseignement pour bien installer une campagne, mais une fois de plus, vous avez besoin de plus qu'une simple connaissance de base pour qu'AdWords travaille pour vous de manière efficace et rentable.

Comme vous avez pu le comprendre, vous payerez chaque fois quelqu'un clique sur votre annonce. Celle-ci apparaîtra dans la section des « liens commerciaux », du côté droit de la page des résultats de recherche, lorsque quelqu'un effectuera une recherche sur un des mots-clés que vous avez choisis.

Mais ce que beaucoup de nouveaux utilisateurs d'AdWords ne réalisent pas, c'est que ceci peut être très coûteux, sans pouvoir récupérer une seule partie de ce coût si vous ne choisissez pas les bons mots-clés ou si vous n'employez pas la bonne annonce pour cibler les personnes concernées.

Il y a deux raisons essentielles à l'utilisation de Google AdWords : obtenir du trafic qui sera éventuellement converti en ventes une fois les visiteurs arrivés sur votre

site, ou obtenir du trafic qui sera converti en inscriptions ou souscriptions - qui à leur tour se convertiront par la suite en ventes. Vous devez donc décider de ce que vous espérez accomplir avec Google AdWords avant d'installer votre campagne.

Maintenant, laissez-moi vous indiquer très simplement comment écrire votre annonce AdWords. Si vous voulez effectuer des ventes, vous devez le faire paraître dans votre annonce, ceci vous permettra de cibler seulement ceux qui sont prêts à faire un achat.

Expliquez clairement que vous vendez quelque chose en le liant aux mots-clés que vous avez choisis. Vous obtiendrez peu de clics, mais un pourcentage plus élevé de ces clics sera convertit en ventes, parce que les personnes qui cliquent sur l'annonce seront prêtes à dépenser de l'argent.

D'autre part, si vous utilisez Google AdWords afin d'établir une liste de contact, en utilisant une page de capture et en offrant quelque chose, expliquez dans votre annonce que vous offrez quelque chose.

3.2 Comment fonctionne le programme Adwords

Savez-vous ce qu'est le PPC ? Il y a tellement d'abréviations qui sont utilisées dans le monde du marketing Internet qu'il est souvent difficile de s'en sortir, mais PPC signifie Pay-Per-Click (Payé par/au clic) et c'est déjà beaucoup plus explicite comme ça.

Une campagne publicitaire de PPC est une campagne publicitaire où vous payerez une certaine somme d'argent pour chaque clic sur votre annonce.

Vous pouvez créer un compte Google AdWords librement - mais vous payerez chaque clic qui vous obtiendrez. L'objectif est de s'assurer que ces clics se transforment en ventes, de manière à ce que vous puissiez couvrir les frais de la campagne AdWords.



Quand vous créez un compte, vous choisissez vos mots-clés et déterminez un prix que vous êtes disposé à payer par clic et pour chacun de ces mots-clés.

Les annonceurs qui payent le plus au clic apparaissent en haut de la section commerciales de la page des résultats, plus vous offrez pour des mots-clés, plus votre annonce sera affichée en haut des liens commerciaux.

Maintenant, une fois que vous avez installé votre campagne publicitaire dans AdWords, Google s'assure que vos annonces apparaissent dans ces liens commerciaux en fonction de votre enchère pour chaque mot-clé, mais AdWords s'assure également que vos annonces apparaissent sur les sites Web qui contiennent les mots-clés que vous avez choisis.

Ceci est géré par le programme AdSense de Google, qui est fait pour les propriétaires de site Web qui veulent gagner des revenus publicitaires en insérant des annonces sur leurs pages. Ils sont rémunérés au pourcentage de ce que les annonceurs AdWords payent au clic à Google pour chaque mot-clé.

Google gagne de l'argent parce que vous payez pour des clics sur vos annonces, les éditeurs AdSense (propriétaires de site Web) gagnent de l'argent quand leurs visiteurs cliquent sur vos annonces, et vous, naturellement, vous gagnez de l'argent en obtenant plus de visites sur votre site, qui se transformeront en ventes.

3.3 Comment réaliser une campagne profitable

Google AdWords aide des millions d'entrepreneurs en ligne à gagner plus d'argent, en leur fournissant plus de trafic, pour un certain prix. La prise en main et la configuration d'AdWords est très facile, mais vous avez vraiment besoin de savoir comment créer une annonce pour tirer profit au maximum de vos campagnes, si vous souhaitez qu'AdWords soit un outil de marketing efficace.

D'abord, vous devez déterminer ce que vous voulez que le visiteur fasse quand il arrive sur votre site. Voulez-vous qu'il fasse un achat immédiat ? Ou voulez-vous qu'il s'inscrive sur votre liste, de sorte que vous puissiez le relancer sur vos produits à l'avenir ? Vous pourrez rédiger une meilleure annonce une fois que vous aurez défini ce qu'elle doit.

La plupart des marketers vous diront que les deux sont exploitables, en pensant que si un visiteur ne souhaite pas acheter tout de suite il pourra toujours s'inscrire sur leurs listes et ainsi acheter plus tard lors d'une relance.

Malheureusement, ceci n'est pas très efficace et ne fonctionne pas très bien.

Vous pouvez, cependant, faire tourner deux campagnes publicitaires : l'une conçue pour générer des ventes immédiates et l'autre conçue pour créer une liste. Mais vos annonces ne peuvent pas être conçues pour faire ou l'un ou l'autre ou tous les deux, en tous cas pas dans une seule annonce ! Chaque annonce doit être réalisée pour avoir comme conséquence une seule action.

Si l'objectif de l'annonce est d'effectuer une vente immédiate, dans votre annonce, faites état de ce qu'est votre produit voire même de combien il coûte. Ce type d'annonce obtiendra un nombre peu élevé des clics, mais c'est bien, parce qu'un pourcentage plus élevé de ceux qui cliqueront feront l'achat - simplement parce qu'ils voulaient ou souhaitaient déjà faire cet achat au moment de leur recherche.

D'autre part, si vous voulez établir une liste, vous voulez que des personnes remplissent votre formulaire d'inscription. Provoquez-les en leur offrant quelque chose comme un ebook d'information, un rapport libre, une évaluation d'un logiciel, un audio, une vidéo, etc.

Ils voient dans votre annonce que vous offrez quelque chose et ils cliquent cette annonce, arrivent sur votre page de capture et soumettent leur prénom et leur email pour obtenir la faveur pour laquelle ils sont venus.

Notez que cette méthode aura comme conséquence un volume énorme de clics, avec très peu de ventes immédiates et vous devrez payer tous ces clics !

3.4 Comment enchérir sur des mots-clés bien rémunérés

Êtes-vous prêt pour la guerre des enchères de mot-clé ? Ce n'est pas aussi terrible qu'on le pense. En fait, tout est vraiment juste une question de bien choisir les bons mots-clés, puis de proposer un prix en fonction du positionnement que vous souhaitez pour votre annonce.

Les mots-clés les plus profitables sont habituellement les mots-clés les plus chers. Il est important de le savoir avant de commencer, puis de trouver une manière de le contourner. Vous pouvez le contourner en utilisant la même méthode de choix d'un mot-clé moins important.

Moins important ne signifie pas un mot pas important, dans ce cas cela signifie plus de mots, lorsque vous ciblez le mot-clé principal – le plus cher - et y ajoutez plus de mots pour mieux le cibler, ça aura comme conséquence une baisse du prix des mots-clés et vous obtiendrez de meilleurs résultats.

Par exemple, le mot-clé « vidéo » est un mot-clé très populaire, obtenant environ un demi-million de recherches par mois. Google voit le nombre de recherches et va exiger plus par clic pour ce mot-clé. Mais si vous prenez le mot vidéo et le rendez plus ciblé, Google exigera moins, simplement parce qu'il y aura moins de recherches mensuelles exécutées sur votre expression de mot-clé. Vous pourriez, par exemple, utiliser des termes comme « vidéo gratuite » ou « vidéo musicale » au lieu de vidéo.

Vous devez vous rappeler que les mots-clés qui sont profitables pour Google ne le sont pas nécessairement pour vous.

Alors, au lieu de rechercher les mots-clés les plus chers, les plus populaires, trouvez des mots-clés plus spécifiques qui sont concentrés sur le contenu de votre site ou de votre produit.

Après, entrez dans votre compte AdWords et apprenez à utiliser tous les outils. Une fois que vous avez choisi vos mots-clés, vous pouvez fixer le prix que vous êtes prêt à payer au clic, ensuite vous pourrez voir le positionnement estimé en fonction de ce prix. Augmentez votre enchère jusqu'à ce que vous - pour le moins - apparaissiez sur la première page.

Notez également que le prix que vous offrez n'est pas nécessairement le prix que vous payerez. Il ne sera jamais plus élevé que votre enchère, mais dans de nombreux cas, il peut être inférieur. Ceci dépend considérablement des autres enchères pour le même mot-clé.

3.5 Astuces marketing

Avez-vous prévu d'utiliser AdWords pour générer plus de trafic sur votre site. Si oui, voici quelques astuces qui vous dépanneront :

1. Une fois que vous avez ouvert un compte AdWords et avant que vous ne fassiez autre chose, **ouvrez une session et commencez à lire**. Prévoyez, au besoin, un jour entier pour le faire. Google fournit de nombreuses informations utiles dans AdWords qui vous aideront considérablement à créer et à mettre en place des campagnes efficaces avec leur programme.
2. **Si vous n'avez pas jamais pris un cours de copywriting, faites-le maintenant**. Apprenez comment écrire des annonces et des titres qui déclenchent l'enthousiasme. Ceci ne changera pas votre positionnement dans les affichages, puisque c'est votre enchère sur le mot-clé qui le détermine, mais cela améliorera considérablement le nombre et la qualité des clics que vous obtiendrez !
3. **Assurez-vous de placer un budget quotidien pour votre campagne !** Si vous ne le faites pas, Google affichera votre annonce et vous apportera un

trafic illimité, qui à son tour vous coûtera des centaines et probablement des milliers d'euros par jour ! Fixez absolument ce budget quotidien.

4. **Ne saisissez pas simplement les mots-clés connexes à votre activité.** Recherchez ces mots-clés et réduisez-les à des expressions qui sont davantage adaptées à votre produit ou contenu. Ceci empêchera des clics de personnes qui ne recherchent pas spécialement votre produit ou votre information - clics auxquels vous devrez payer !
5. **Définissez exactement ce que devra produire ce trafic.** Rédigez vos annonces de sorte à ce qu'elles ciblent les personnes que dont vous avez besoin - les gens qui sont prêts à acheter maintenant ou ceux qui sont prêts à s'inscrire sur votre liste.
6. **Testez vos annonces !** Rédigez plusieurs annonces différentes pour voir lesquelles obtiennent le meilleur taux de clics et notez-les, les meilleurs clics pas les plus nombreux, en termes d'action que vous voulez que vos visiteurs prennent. Utilisez les outils de conversion de Google pour découvrir quelle est la meilleure annonce. Examinez également les résultats selon les mots-clés.
7. **Apporter les modifications quand et où cela est nécessaire.** Si vous obtenez des clics, mais que vos visiteurs ne prennent pas la mesure que vous vouliez qu'ils prennent, regardez pour voir si le problème est dans l'annonce ou sur votre site Web. Si vous n'obtenez pas assez de clics, vous pouvez avoir des mots-clés trop focalisés et vous pouvez augmenter le taux de clics en ouvrant un peu par un choix de mots-clés moins spécifiques.

Gagner de l'argent avec AdSense

4.1 Générer un revenu additionnel

Votre site ne produit de pas le revenu que vous espérez ? Vous avez besoin d'y ajouter une source additionnelle de revenu et vous pensez utiliser Google AdSense pour cela, mais faites attention !

Si vous vendez des produits spécifiques sur votre site, que ce soit des produits d'affiliation ou vos propres produits, vous ne devriez manifestement pas utiliser AdWords sur ces pages.

Vous ne voulez pas que votre trafic clique et aille ailleurs ; vous voulez qu'ils restent là jusqu'à ce que vous puissiez les convaincre de réaliser un achat.

Mais qu'en est-il de ces pages de contenu qui n'ont pas à convertir les visiteurs en clients où qui ne font pas la promotion d'un produit ? Ces pages sont les principales candidates pour des annonces AdSense, tant qu'elles obtiennent du trafic.

Rappelez-vous qu'un seul clic ne rapporte pas beaucoup et qu'il faut de nombreux clics pour que le système paye.

Il y a ceux, cependant, qui ne font rien d'autres qu'éditer des sites de contenus afin de générer des revenus AdSense, certains gagnent pleinement leur vie de cette manière. Mais une fois de plus il faut un énorme trafic et de nombreux sites pour arriver à ce résultat.

Si vous n'êtes pas encore prêt à aller dans ce sens, essayez simplement d'ajouter des annonces de Google AdSense sur votre site et voyez ce qu'elles produisent. Vous pouvez être agréablement étonné et vous constaterez qu'il ne faudra pas longtemps avant que vous ne deveniez un éditeur AdSense à plein temps!

Créer un compte AdSense est gratuit et peut se faire en quelques minutes, mais il faut compter environ 24 h pour que Google valide et approuve votre compte. Une fois votre compte validé vous pourrez générer vos premiers codes et les intégrer dans vos pages.

Vous pouvez choisir le type d'annonce que vous voulez afficher. Par exemple, vous pouvez choisir des annonces des textes, des annonces visuelles ou intégrer ou ajoutez Google Search pour votre site Web. Vous pouvez également choisir la taille et la forme des boîtes d'annonce qui apparaîtront sur votre site, ainsi que le schéma de couleur assortit à votre site Web.

Une fois tous les paramétrages effectués, Google produira un code d'annonce qu'il vous suffira de copier et de coller dans le code source de votre page HTML à l'endroit où vous voulez que ces annonces s'affichent. Google va lire vos pages, voir quels sont les mots-clés ciblés et affichera les annonces appropriées dans le bloc AdSense de votre page.

4.2 Comment obtenir le type d'annonce souhaité

Donc, vous voulez gagner de l'argent avec Google AdSense et vous voulez cibler des mots-clés bien rémunérés, de sorte que les clics reçus payent plus ? De nombreux débutants AdSense ne comprennent pas entièrement la manière dont les annonces sont servies sur leurs pages, et ils finissent par ne pas voir s'afficher ces annonces bien rémunérées sur leur site.

C'est un problème commun, mais il est facile à évincer. Lorsque Google indexe vos pages, il regarde des choses très spécifiques. Il regarde votre balise de titre,

il regarde votre contenu, il regarde les balises « Alt » des graphiques et des liens, et il regarde le texte utilisé pour les ancrages de vos liens.

Ce sont les éléments tous très importants dans l'optimisation pour les moteurs de recherche.

Et Google utilise cette même méthode pour définir quelles sont les annonces qui seront servies sur vos pages.

Il est donc très important de bien faire les choses dès le départ. Assurez-vous que le contenu à vos pages contient les mots-clés ciblés à hauteur de 6 % de votre contenu.

Une fois que vous avez le bon contenu qui contient cette densité de mot-clé de 6%, faire ressortir ces mots-clés. Google aime bien les mots qui sont en gras.

Utiliser les balises `<bold></bold>` dans votre code HTML pour faire uniquement ressortir en caractères gras ces mots-clés que vous voulez cibler pour les clics bien rémunérés. Vous pouvez également agrandir ce texte par rapport au reste.

Cela demande un certain travail et vous devez ajuster et accorder vos pages jusqu'à ce que ces annonces bien rémunérées s'affichent sur vos pages. Lorsque vous y travaillez, veillez à ne jamais cliquer sur les annonces de votre site! C'est contre le règlement de Google AdSense et cela peut entraîner la clôture immédiate de votre compte.

Utiliser l'outil de choix de mot-clé de Google pour dénicher les mots-clés qui rémunèrent le plus et ciblez férocement ces mots-clés!

4.3 Comment créer un compte AdSense

La création d'un compte AdSense est gratuite et assez simple à réaliser si vous vous y êtes préparé. Si vous ne préparez votre site de manière adéquate vous risquez d'être refusé au programme AdSense.

D'abord, Google n'acceptera aucun site dans le programme qui n'est pas complet. Vous ne pouvez pas avoir des pages qui n'ont pas de contenu, ou des pages qui sont encore « en construction ». Il est également essentiel que vous acceptiez les termes d'utilisation du programme.

La politique d'utilisation vous indiquera exactement quel type de sites Google autorise dans le programme mais aussi ce qui ne sera pas admis. Elle vous indiquera également comment vous devez utiliser le programme de Google AdSense en général et il est important de prendre connaissance de cette politique !

Il vous sera ensuite demandé de compléter les informations générales, telles que l'URL de votre site, la langue dans laquelle il est édité. Il vous sera ensuite demandé si vous souhaitez ouvrir un compte affaire ou un compte individuel. Si vous avez moins de 20 employés, vous êtes un individu, selon Google.

Contrôlez et cochez les cases d'engagement et d'acceptation de l'éthique de Google et veillez à ne surtout pas aller à l'encontre de cette engagement. Ceci représente les premières causes de clôture immédiate de votre compte.

Puis, on vous demandera votre pays de résidence, votre nom (le nom auquel les paiements seront effectués), votre adresse, ville, état et code postal. Votre numéro de téléphone est également requis, mais Google n'appelle jamais, à moins qu'ils constatent une activité potentiellement frauduleuse sur votre site. Assurez-vous de renseigner un numéro de téléphone valide !

Enfin, cochez toutes les cases du bas de la rubrique règlement et envoyez les informations. Si vous avez suivi les règles au sujet de votre site Web dans la

politique d'AdSense, votre compte sera approuvé. Sinon, Google vous contactera et vous précisera les modifications que vous devez apporter avant approbation.

4.4 Comment construire des sites de contenu

Avez-vous vu ces sites Web qui contiennent des centaines de pages ? Vous demandez-vous certainement comment font les gens pour construire ces sites si rapidement ? C'est beaucoup plus facile que vous ne le pensez, si vous utilisez la bonne stratégie pour bâtir des sites de contenu.

Tout d'abord, plutôt que de construire votre site à l'aide de méthodes un peu périmées, page après page, il vous faut employer les technologies actuelles à votre avantage.

Vous pouvez créer, trouver, ou acheter un modèle de site Web, dans lequel vous copiez et collez le contenu, mais c'est toujours trop lent pour beaucoup d'entre nous et le temps gagné n'est pas important.

La meilleure option actuellement est d'employer un système de gestion de contenu (CMS, Content Management System), tel que Joomla. Vous pouvez trouver ou acheter des modèles existants qui peuvent être mis en place très facilement, ou vous pouvez en faire concevoir un spécifiquement - et seulement - pour vous et votre site Web - un qui sera vraiment unique. Pour plus d'informations sur Joomla : <http://www.joomla.fr/>

Une autre alternative est d'utiliser le système de blog Wordpress, il est tout aussi facile à utiliser et son fonctionnement est identique ; La seule différence réside dans le fait que le système Wordpress est orienté à l'origine pour une utilisation interactive en tant que Blog, alors que Joomla est orienté vers la gestion de contenu mais il propose également une interactivité par défaut, tel que la possibilité de laisser des commentaires. Pour plus d'informations sur Wordpress : <http://www.wordpress-fr.net/>

Cette interactivité n'est pas réellement ce que vous recherchez. Pour ces 2 systèmes il vous faudra prévoir des extensions (plugin) afin de pouvoir insérer facilement vos codes d'annonces AdSense.

- Extensions AdSense pour Joomla :
<http://www.joomlafrance.org/index.php>
- Extensions AdSense pour Wordpress :
<http://wordpress.org/extend/plugins/search.php?q=adsense+code>

Un avantage supplémentaire de ces 2 systèmes est qu'il existe de nombreuses extensions d'optimisations qui vous permettent d'optimiser quasiment en automatique tous vos articles et tout votre contenu. Vous trouverez de nombreuses ressources sur internet pour vous aider à mettre en place ces dispositifs. Tous deux seraient un peu longs à vous expliquer ici, mais voici quelques ressources très utiles :

- Aide Joomla : <http://aide.joomla.fr/>
- Aide Wordpress : <http://www.wordpress-fr.net/faq/>

Mais où allez-vous obtenir des centaines de pages de contenu publiables rapidement ?

Vous avez quatre options possibles : Vous pouvez rédiger le contenu vous-même, vous pouvez engager quelqu'un pour le faire, vous pouvez employer le contenu libre que vous trouvez sur Internet ou vous pouvez acheter du contenu en droits de label privé et le réécrire ou le faire le réécrire par quelqu'un d'autre.

La première option, rédiger le contenu vous-même, est naturellement la manière la plus lente de générer du contenu pour votre site. Mais si vous engagez des personnes pour le faire, vous pourriez assigner 10 auteurs à la rédaction de 50 articles chacun et vous avez 500 articles à utiliser comme contenu en l'espace d'environ une semaine. Tout qu'il vous reste à faire c'est d'ouvrir une session et publier vos articles sur le site.

Utiliser le contenu libre, bien qu'acceptable, est une mauvaise idée. Vous éditez un contenu qui a déjà été édité et les moteurs de recherche pénaliseront votre site pour avoir un contenu double car le même contenu sera déjà indexé dans leurs bases. Maintenant si vous n'êtes pas dépendant des moteurs de recherche pour votre trafic c'est une option exploitable.

En conclusion, considérez plutôt l'utilisation d'un contenu en droits de label privé. Ce contenu doit être réécrit, dans la plupart des cas, mais une fois de plus, si vous rémunérez quelques auteurs pour réécrire le contenu à votre place, le travail sera bon à utiliser et il sera bien meilleur marché qu'en faisant rédiger un contenu frais, de plus le travail sera exécuté bien plus rapidement.

4.5 Où intégrer les annonces AdSense pour un taux de clics maximum

Si vous utilisez Google AdSense comme source de revenu sur votre site Web, vous voulez probablement savoir où placer le code AdSense sur les pages pour obtenir les meilleurs résultats.

C'est un sujet dont les éditeurs AdSense discutent souvent et il y a eu quelques résultats intéressants suite à de nombreux essais.

Notez tout d'abord que vous ne pouvez afficher que deux blocs de code d'annonce sur votre page Web. Pour de meilleurs résultats, employez les deux, aussi bien qu'AdSense pour la recherche, à chaque page. La Boite de recherche AdSense peut être insérée n'importe où, mais il semblerait qu'elle fonctionne mieux dans le haut de la page, juste en dessous de votre entête, à gauche ou à droite.

Il y a de nombreux débats à propos des codes AdSense. Certains prétendent que le format Skyscraper placé sur le côté gauche fonctionne mieux, alors que d'autres maintiennent que c'est plutôt sur le côté.

Assurez vous d'insérer ce code ou du côté droit ou du côté gauche - mais pas des deux côtés. Rappelez-vous que le nombre de blocs possibles est limité.

Le code d'AdSense doit également apparaître dans la section du contenu de la page. Beaucoup ne jurent que par le positionner au-dessus du contenu de la page. D'autres ont constaté qu'ils obtiennent de meilleurs résultats en mettant le code d'annonce au milieu du contenu de la page.

Que vous le mettiez au dessus ou au milieu, employez le format rectangulaire qui s'adapte mieux à votre conception de page.

Comme vous pouvez voir, il y a eu de nombreux essais de réaliser, mais chacun obtient des résultats différents. Vous aurez à déterminer tout cela vous-même en réalisant vos propres essais.

Mettez le code du côté gauche pendant une semaine, observez les résultats, puis déplacez-le à droite. Affichez un bloc d'annonces au dessus du contenu, puis observez les résultats s'il est placé au milieu. La plupart des personnes conviennent que le code d'annonce en bas de la section du contenu ne fonctionne pas très bien.

En outre, observez votre page et regardez où se posent vos yeux. Demandez à d'autres de regarder et découvrez le cheminement de leur regard. Peut importe où se posent les regards, c'est à cet endroit qu'il faudra placer les blocs d'annonces AdSense !

Les outils complémentaires

5.1 Google Analytics :

Dans la liste des outils Google vous trouverez également le fameux Google Analytics. Pour ceux qui ne le connaissent pas encore, Google Analytics vous permet d'avoir des statistiques très détaillées sur le trafic de votre site.

Votre hébergeur web peut également vous produire ce genre de statistique, mais elles ne seront pas aussi détaillées que celle que vous produira Google. Surtout, si vous utilisez Google AdWords, car ce programme est intégré à la plateforme d'Analytics.

Google Analytics a été lancé en 2005 grâce au rachat de la Sté Urchin qui était déjà connue pour ces statistiques de qualité.

Le service Google Analytics est un programme gratuit, il serait donc dommage de s'en priver.

La mise en œuvre est très facile. Une fois que votre compte est créé et que votre site est enregistré, il vous suffira de coller un bout de code dans le code source HTML de vos pages. Tout est expliqué, ne vous inquiétez pas de ne pas savoir, cela s'apprend assez vite.

Une fois ce bout de code inséré, Analytics va observer et enregistrer tous les faits et gestes de vos visiteurs. Du début jusqu'à la fin de leur visite. Vous apprendrez même d'où ils sont et comment ils vous ont trouvé. Mais ce ne sont pas là les statistiques les plus importantes.

Oui, vous allez tout savoir. Quelles sont les pages qui vous envoient vos visiteurs, combien de temps ils restent, d'où repartent-ils, le nombre de nouvelles visites, le taux de rebonds, etc...

Vous aurez également les tendances par dates et par heures de vos visiteurs. Ceci peut vous aider à mieux cibler vos campagnes.

Vous allez également pouvoir intégrer votre compte AdWords et avoir accès à un tableau de comparaison de vos campagnes et de vos mots-clés, vous suivrez l'ensemble de vos campagnes presque en temps réels et avec une précision étonnante.

Vous allez pouvoir générer et suivre la conversion de vos visiteurs en clients et gérer très précisément les rapports financiers entre vos gains et vos coûts de campagne Adwords et réagir très rapidement afin d'optimiser vos annonces.

Google Analytics est donc un outil indispensable pour vos pages et pour améliorer et optimiser continuellement vos résultats.

Attention, avant toute chose lisez bien les conditions d'utilisation comme pour tous les autres outils proposés par Google.

L'analyse de vos résultats est souvent quelque chose que de nombreux marketeurs prennent à la légère, c'est pourtant un des énormes avantages d'internet. Une émission de télé par exemple, a un taux d'audience qui est évalué par rapport aux habitudes d'un groupe de personnes censé représenter toute la population. Internet vous permet des statistiques très détaillées et vous donne de très précieuses informations.

Apprenez à travailler avec des statistiques poussées, pas superficielles, le nombre de visiteurs est une chose mais s'ils quittent votre page au bout de 10 secondes c'est une catastrophe, surtout s'ils proviennent d'une campagne AdWords... cela voudra dire que votre page a quelque chose de répulsif, quelque chose qui fait qu'à peine arrivés, les visiteurs s'enfuient.

Vous savez déjà sur quoi il faudra agir, regardez le design de votre page, n'est-elle pas trop haute en couleurs ? Avez-vous des annonces publicitaires qui clignotent de partout ? Sinon, analysez votre texte, est-il trop familier, trop hautin, reformulez-le et refaites des essais, ne laissez pas une page vous ruiner sous prétexte qu'elle obtient quelques visites, mais faites en sorte que cette page convertisse ces quelques visites en ventes.

Si vous ne mettez pas en place ces stratégies, vous ferez comme de nombreux marketers, vous vous plaindrez longtemps de ne pas vendre. Et comme tout métier commercial, il faut être ou paraître le plus professionnel possible.

5.2 L'analyseur de site

Dans la gamme des outils mis à disposition par Google je vous invite à visiter la section des « solutions d'entreprises » : <http://www.google.fr/intl/fr/services/>
Vous y trouverez de nombreuses solutions et cela confirme que le nom est bien pensé.

Vous y trouverez un « analyseur de site », encore un outil gratuit de Google. Il vous permet de réaliser plusieurs tests sur plusieurs pages et c'est assez simple à utiliser.

Préparez plusieurs pages avec un texte différent, un design différent enregistrez les dans l'outil et indiquez une page de sortie, c'est-à-dire une page qui indiquera à Google que votre visiteur passe à l'action suite à votre message.

Ce programme vous permet de tester jusqu'à 127 pages en simultanément. C'est beaucoup et bien évidemment vous pouvez en tester moins voire 2 ou 3 mais la page de destination doit rester la même.

Alors comment ça marche ! Tout simplement. Vous préparez les différentes pages que vous souhaitez tester en les modifiant un peu, beaucoup ou même complètement.

Vous n'avez pas de restriction en dehors de la page de destination.

Ces pages porteront un nom différent et de ce fait une URL différente. Chargez-les sur votre serveur Web et indiquez simplement les différentes URL à l'analyseur de Google.

Ensuite, l'analyseur va générer 3 codes Javascript qu'il vous faudra ajouter à vos différentes pages. Un premier code est destiné à votre page principale par défaut. Ce code sera à coller immédiatement après la balise d'ouverture <body> et uniquement sur votre page principale.

Pour les pages tests, les variantes de votre page principale, un second code dit «de suivi » sera également généré. Ce code sera à insérer dans le code source de vos pages tests juste avant la balise de fermeture </body>.

Un troisième code sera généré, vous l'aurez deviné, c'est le code pour la page de destination, celle qui validera la conversion de vos visiteurs en clients. Ce code est également appelé « code de suivi » mais il est légèrement différent du précédent.

Une fois que vous avez apporté toutes ces modifications à vos pages, rechargez-les sur votre serveur. Cliquez ensuite sur le bouton « Valider les pages ». L'optimiseur de site ira contrôler que tout est bien en place, le cas échéant, il vous retournera une erreur et vous la précisant. Il suffira d'apporter les modifications demandées. Une fois que c'est corrigé où si aucune erreur n'est signalée, cliquez sur « OK ».

Vous pouvez ensuite prévisualiser les pages enregistrées, si rien n'est à modifier, cliquez sur « démarrez le test ».

Que va-t-il se passer ? Google à chaque requête sur l'URL de votre page principale va afficher une page différente, c'est-à-dire une de vos pages de test et chaque passage d'un visiteur sur votre page de destination sera comptabilisée comme une conversion. La page qui aura permis de convertir ce visiteur sera noté dans le rapport de votre test.

Il est important pour tout marketer de suivre les statistiques de vos pages et de les optimiser mais aussi de tout faire pour quelles convertissent un maximum de visiteurs en clients. Ces tests seront très importants pour vous aider à définir la page qui convertit le plus.

Conclusion

6.1 Avertissements

Vous avez intégré Google AdSense à votre site et vous êtes heureux de voir que votre revenu augmente. Un matin, vous ouvrez joyeusement une session pour voir que combien vous ont rapporté les annonces AdSense et, vous constatez que vous avez été retiré du programme.

Estimant qu'il doit y avoir une erreur, vous vous rendez sur votre site et voyez que les annonces n'apparaissent plus.

Sentant un léger vent de panique, vous ouvrez votre courriel et regardez s'il y a quelque chose de la part de Google. Oui, il y a un email qui vous informe que vous avez été banni du programme !

La lettre énoncera probablement les raisons, mais ceci peut facilement être évité avec AdSense comme avec AdWords, en lisant, en comprenant et en appliquant les limites des service proposés par Google!

La raison la plus fréquente est liée aux clics jugés invalides par Google. Certains éditeurs cliquent eux-mêmes sur leurs annonces où demandent à d'autres de le faire. Ces clics sont invalides et entraînent la suppression pure et simple de votre compte.

C'est une règle si importante, que c'est pratiquement la première à apparaître dans les conditions d'utilisations de Google.

Tout y est indiqué, vérifiez à toujours répondre aux termes définis par Google, car une fois votre compte supprimé vous ne pourrez plus vous enregistrer. Regardez ce que vous pouvez et ce que vous ne devez pas faire, appliquez les recommandations et vous éviterez de perdre de l'argent et de travailler pour rien.

Les limites du service sont écrites dans un langage clair et il est important de les lire. Prenez en compte que ces conditions peuvent changer régulièrement et à tout moment, n'hésitez pas à vérifier de temps à autres.

Il est essentiel que vous suiviez les changements et que vous apportiez toutes les modifications nécessaires à votre site Web.

N'oubliez pas qu'une fois que vous êtes banni par Google, vous l'êtes à vie. Cette suppression de compte entrainera également la perte de tous les gains en cours, soyez donc très prudent.

6.2 Quelques astuces pour combiner les programmes et amplifier vos affaires

Voulez-vous augmenter le revenu de votre site? Si oui, laissez Google vous aider à le faire, en combinant Google AdSense, Google AdWords et en utilisant les techniques d'optimisation pour les moteurs de recherche.

AdWords est un programme qui apporte du trafic, mais coute de l'argent. AdSense est un programme qui renvoie le trafic et vous fait gagner de l'argent. La recherche de Google apporte du trafic et ne coûte rien. Voici quelques astuces pour vous aider à combiner les trois programmes de façon efficace.

1. **Même si vous utilisez AdWords, assurer-vous que vous avez optimisé vos pages pour les moteurs de recherches.** Ceci vous aidera à obtenir une meilleure position dans les pages de résultats des moteurs de recherche, et une fois que vous dans le « top dix » des résultats sur la première page, vous ne devrez plus dépenser d'argent pour des campagnes AdWords.
2. **Créer du contenu pour votre site qui vise des mots-clés bien rémunérés et publiez des annonces AdSense sur ces pages.** Ceci peut

considérablement vous aider à financer vos annonces AdWords en vous rémunérant plus par le biais du programme de Google AdSense.

3. **Ne comptez jamais sur votre revenu AdSense pour couvrir complètement vos campagnes d'AdWords.** C'est l'idéal pour récupérer une partie du coût de vos campagnes AdWords, mais AdSense couvrira rarement l'ensemble des coûts.

4. **Ne vous coupez pas votre propre gorge.** Si vous utilisez des annonces AdSense sur un site pour lequel vous faites également de la publicité AdWords, vous dépenserez plus d'argent que vous n'en ferez. Utilisez AdWords pour des sites qui vendent des produits, utilisez uniquement AdSense sur des pages qui ne sont pas conçues pour vendre un produit.

5. **Utilisez Google AdWords pour tester, sans utiliser AdSense.** Le programme d'AdSense ne vous indique pas exactement quelles annonces ont été cliquées sur votre site et ce n'est pas un outil de test efficace. Google AdWords, d'autre part, est un outil de test très efficace.

6. **Si vous utilisez Google AdWords pour apporter le trafic vers un de vos sites AdSense, soyez prudent.** Assurez-vous que vous ne payez pas plus que vous rapportez ! Pour éviter cela, lors de la sélection des mots-clés pour votre site, utilisez des phrases-clés qui coûtent moins cher et qui sont liées à votre thème de campagne AdWords, mais ensuite ciblez les mots-clés les mieux rémunérés dans ce groupe au sein de votre contenu.

Voilà, vous savez tout, il faudra encore affiner vos connaissances et vos compétences, mais j'ai voulu faire ce guide pour qu'il soit accessible à tous. Google a mis en place un système d'apprentissage dans tous ces programmes mais ils s'adressent plus à des personnes déjà averties.

Mettez maintenant vos nouvelles compétences à l'épreuve.

Bon succès avec Google !

Michel Morin