



Conseils pratiques pour se démarquer avec Google Ads

Soyez préparés

- Assurez-vous que votre site Web reflète clairement les principaux objectifs de votre organisation. Portez attention à votre taux de rebond dans Google Analytics et configurez votre site de façon à ce que les visiteurs naviguent en concordance avec vos objectifs.
- Assurez-vous que chaque page de destination vers laquelle une annonce redirige contient un appel à l'action clair et précis.
- Évaluez la vitesse de votre site Web à l'aide de l'outil [Test my site](#) de Google. Un site Web rapide permet d'en optimiser les performances globales.
- Donnez la responsabilité à un membre de votre équipe d'apprendre le fonctionnement des publicités Google, de naviguer dans votre compte et de l'optimiser régulièrement. Utilisez [Google Skillshop](#) pour la formation sur les outils Google Ads.
- Configurez votre fiche [Google Mon Entreprise](#) en vous assurant que les horaires, les photos, les publications, et autres éléments sont à jour.
- Consultez [Google pour les petites entreprises](#) pour accéder à des ressources permettant de mieux gérer cette période d'incertitude.

Configurez les suivis

- Utilisez Google Analytics pour suivre vos statistiques. Associez Google Analytics à votre compte Google Ads et importez des objectifs à partir de Google Analytics vers votre compte Google Ads.
- Suivez les actions significatives faites par vos visiteurs, et non seulement les vues générales des pages. Regardez par exemple les réservations, les inscriptions à votre infolettre, etc.
- Une fois que vous avez mis en place des suivis sur vos objectifs, faites passer vos campagnes à des [stratégies d'enchères automatiques](#), telles que [Maximiser les conversions](#), [Coût par action \(CPA\) cible](#) et [Retour sur les dépenses publicitaires \(ROAS\) cible](#)

Diffusez des publicités pertinentes

- Améliorez les taux de clics de votre campagne sur la recherche Google (*search / SEM*) en vous assurant d'avoir :
 - Des [groupes d'annonces](#) cohérents
 - Un ciblage géographique pertinent
 - Des textes convaincants qui invitent votre public à poser une action
 - Une visibilité de votre marque dans vos annonces
 - Une utilisation des mots clés issus du [rapport sur les termes de recherche](#) et une suppression des mots clés qui ont à la fois un CTR (*click through rate*) faible et des impressions élevées
 - L'option « Optimiser » sélectionnée dans les paramètres de diffusion des annonces
 - L'utilisation d'[extensions](#) sur vos annonces (idéalement, 3)
 - Une combinaison d'[annonces textuelles grand format](#) et d'[annonces responsives](#) pour chaque groupe d'annonces.
 - L'utilisation d'[annonces dynamiques du Réseau de Recherche](#) pour assurer une couverture optimale des recherches pertinentes pour vos annonces.
- Améliorez l'hygiène de votre chaîne Youtube et son contenu en consultant la [YouTube Creator Academy](#)

Apprenez et améliorez

- Vérifiez votre [taux d'optimisation](#) chaque semaine pour des recommandations qui peuvent être implantées directement à partir de Google Ads
- Vérifiez les conversions, les taux de conversion et les coûts par acquisition au moins une fois par mois
- Adapter les publicités pour vos différents publics
- Utilisez [YouTube Analytics](#) pour analyser tout contenu vidéo que vous mettez en ligne.
- Utilisez [Google Data Studio](#) pour créer un tableau de bord de rapports personnalisés.

Soyez proactifs

- Soyez prêt à répondre à différents événements (préparez à l'avance des structures de campagnes pour agir rapidement)
- Créez et activez des campagnes en fonction de la saisonnalité
- Tirez parti de [Google Trends](#) pour savoir quand activer des campagnes en temps opportun