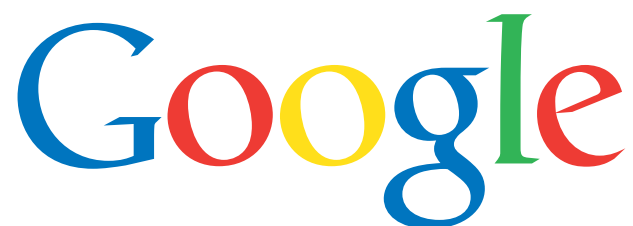


Pourquoi choisir la solution publicitaire Google AdWords ?

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, blue, green, red).

À chaque instant,
partout dans le monde,
professionnels et internautes
utilisent des mots-clés
sur Google pour se trouver
les uns les autres.

Et si c'était **VOUS**
que les internautes
cherchaient ?

1

Google AdWords :
Soyez présent
quand les internautes
vous cherchent.

Les internautes utilisent
des **mots-clés** pour effectuer
leurs recherches.

Web Images Maps Actualités Vidéo Gmail plus ▼

Google Rechercher Recherche avancée Préférences

Rechercher dans : Web Pages francophones Pages : France

Web Résultats 1 - 10 sur un total d'environ 1 530 000 pour **hotel la baule** (0,13 secondes)

Prix bas hôtels la Baule Liens commerciaux
www.hotelprixbas.com/labauale Plus de 15 **hôtels** à prix ultra-négociés. Réservez vite.

Hotel Le Trophée Liens commerciaux
www.hoteltrophee.fr **Hotel** de luxe à **la Baule** avec vue sur la baie.

hôtels la baule et restaurant le Saint-Christophe - Hôtel de charme ...
hotel Saint-Christophe, restaurant et **hotel** à **la Baule** depuis 1913, à 150 mètres de la plage, l'**hôtel** de charme le Saint-Christophe, château et **hôtels** de...
www.st-christophe.com/ - 20 k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

Hôtel IBIS La Baule Pornichet
Hôtel IBIS **La Baule** / Pornichet, à 50 mètres de la plage.
www.hotelibis-pornichet.com/ - 10 k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

Hotel La Baule-Escoublac Loire-Atlantique Hotels La Baule-Escoublac
 Hébergement **Hotel La Baule**-Escoublac, les **Hotels** de **La Baule**-Escoublac : recherche et
 Réservation d'**hotel La Baule**-Escoublac, **hotel** discount **La**...
fr.federal-hotel.com/hotels_la-baule-escoublac_28308.htm - 31 k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

hotel Marino Liens commerciaux
 Un accueil chaleureux à deux pas du centre ville.
www.hotelmarino.fr

hotel de charme
 Offre centre ville et alentours.
 De 1 à 4 étoiles tous les styles.
www.hotelcharme.com/labauale

liens commerciaux

résultats de recherche

En fonction des mots-clés utilisés par les internautes, Google propose des résultats de recherche naturels mais également des liens commerciaux en rapport avec les requêtes de ces internautes.

Google AdWords vous permet de créer vos propres liens commerciaux et de les faire apparaître sur la page de résultats auprès d'internautes qui font des recherches en lien avec votre activité.

2

Google AdWords :
Une solution
intelligente
pour développer
vos ventes.

Google AdWords est une **solution simple et efficace** pour vous aider à gagner des clients sur Internet. Elle vous permet de faire vous-même la promotion de votre entreprise sur le moteur de recherche Google grâce **aux liens commerciaux**. De cette façon, vous touchez les internautes qui vous recherchent activement en apparaissant de façon **pertinente** sur la page de résultats. Ainsi, ces prospects qualifiés accèdent à votre site en cliquant sur le lien de votre annonce et entrent en contact avec vous facilement : ce sont des clients potentiels.



Google AdWords : Comment ça marche ?

Vous créez vous-même votre campagne en quelques clics.

Il vous suffit de rédiger le texte de votre annonce en présentant simplement les produits ou services que vous proposez, puis de choisir soigneusement des mots-clés. En effet, ces mots-clés sont les termes de recherche qui déclencheront l'apparition de votre annonce lorsque des internautes effectueront une recherche liée à votre activité.

Vous payez seulement lorsqu'un utilisateur clique sur votre annonce.

Vous n'êtes pas facturé en fonction du nombre de fois où s'affiche votre annonce mais en fonction du nombre de clics effectués sur votre annonce. Cela vous assure de payer uniquement pour les internautes réellement intéressés par votre annonce. Pour cela, déterminez le budget que vous souhaitez attribuer au coût par clic (CPC) pour que les internautes soient redirigés vers votre site. Si plusieurs annonceurs choisissent le même mot-clé, l'ordre d'apparition des différentes annonces dépendra de la pertinence de ces annonces par rapport au mot-clé ainsi que du montant que chacun aura attribué au CPC.

Vous ciblez l'audience qui vous intéresse.

Avec Google AdWords, vous pouvez choisir de diffuser vos annonces uniquement auprès de prospects réellement intéressants pour votre entreprise. Par exemple, si votre activité est locale, votre annonce peut apparaître uniquement lorsque les internautes effectuent des recherches dans votre région. À l'inverse, vous pouvez cibler la France entière ou plusieurs pays en diffusant vos annonces dans les langues adaptées. Il vous est également possible de diffuser vos annonces sur les sites partenaires de Google. Le principe reste le même : votre annonce s'affiche en fonction du contexte de la page et vous ne payez que pour les clics reçus.

Vous suivez les résultats de votre campagne. Google met à votre disposition des outils de gestion et de suivi. Ainsi, vous pouvez savoir à tout moment ce que chaque annonce, mot-clé ou campagne vous rapporte. Il vous est même possible d'identifier les mots-clés qui auront permis à vos clients de s'inscrire à une newsletter, de demander un devis ou d'acheter en ligne sur votre site. Ensuite, en fonction des résultats obtenus, vous pourrez optimiser votre campagne (mots-clés, annonce, etc.) sans aucun frais supplémentaire.

Vous définissez vous-même votre budget. Mis à part les 5 euros correspondant aux frais d'ouverture de compte, aucun montant publicitaire minimum n'est exigé. Vous choisissez votre budget en fonction de vos besoins et de vos moyens. Vous pouvez à tout moment ajuster ce budget, à la baisse ou à la hausse, ou tout simplement le stopper si votre activité est saisonnière. Le budget maximum que vous fixez ne peut être dépassé : une fois la limite atteinte, Google cesse de diffuser vos annonces.

Nous privilégions la pertinence. Le succès de Google est dû à la pertinence des résultats de recherches proposés aux internautes. Pour que ce succès continue à être justifié et mérité, nous mesurons la pertinence de chaque annonce diffusée et récompensons les plus pertinentes par une meilleure position sur nos pages de résultats.

Pourquoi être présent sur Internet ?

63%

des internautes
ont déjà effectué
un achat en ligne.

(Source : Médiamétrie, observatoire
des usages Internet, 2^e trimestre 2007)

Plus de **61%**
des internautes
recherchent des
informations sur
Internet en vue d'un
achat en magasin.

(Source : 3^e baromètre FEVAD-Médiamétrie,
juillet 2007)

59%

des internautes
passent par un
moteur de recherche
avant de se rendre
sur un site
d'e-commerce.

(Source : 3^e baromètre FEVAD-Médiamétrie,
juillet 2007)

Google représente
63% des
recherches effectuées
sur Internet dans
le monde et
88% en France.

(Sources : Comscore, mars 2008 et
Nielsen Netratings avril 2008)

Le réseau de contenu
Google touche
80%
des internautes dans
le monde.

(Chiffres internes)

28%
des entreprises
françaises effectuent
des achats en ligne.

(Source : Eurostat, avril 2007)

En France, plus de
22 millions
de personnes
recherchent des
informations sur
Google.

(Source : Nielsen Netratings, avril 2008)

Les ventes sur
Internet ont
progressé de
30%
en 2007.

(Source : Baromètre FEVAD, avril 2008)

4

Google AdWords : Quels sont les avantages pour votre entreprise ?

Atteindre des prospects qualifiés tout au long du cycle d'achat.

Les liens commerciaux permettent aux personnes à la recherche des produits ou services que vous proposez de vous trouver et d'entrer en contact avec votre entreprise. Pour vous, c'est un moyen simple, efficace et rentable d'atteindre des prospects qualifiés : vous ne payez que s'ils cliquent sur votre annonce et sont redirigés vers votre site Internet. De plus, vous pouvez adapter le texte de votre annonce aux mots-clés utilisés par les internautes. Vous vous assurez ainsi de présenter le message le plus pertinent pour chaque requête, et à chaque instant du processus d'achat.

Obtenir un retour sur investissement quantifiable qu'il est possible d'analyser immédiatement.

Les budgets serrés demandent une véritable discipline sur le plan financier : les annonceurs sont en droit d'exiger des retours sur investissement précis pour chaque dépense publicitaire engagée. Ils ont besoin de visualiser des résultats détaillés (trafic, inscriptions, abonnements, ventes ou contacts) immédiatement. Ils doivent également être en mesure de déterminer les performances quotidiennes respectives de chaque annonce afin d'optimiser rapidement leurs efforts marketing. Les liens commerciaux Google AdWords sont à ce titre un support promotionnel sans pareil, car ils permettent de déterminer le retour sur investissement avec précision. Vous pouvez effectuer le suivi des performances de vos annonces du clic à la conversion, en temps réel. Vous avez ainsi la possibilité de concentrer vos efforts sur les publicités les plus performantes et de répondre rapidement aux opportunités et aux évolutions du marché.

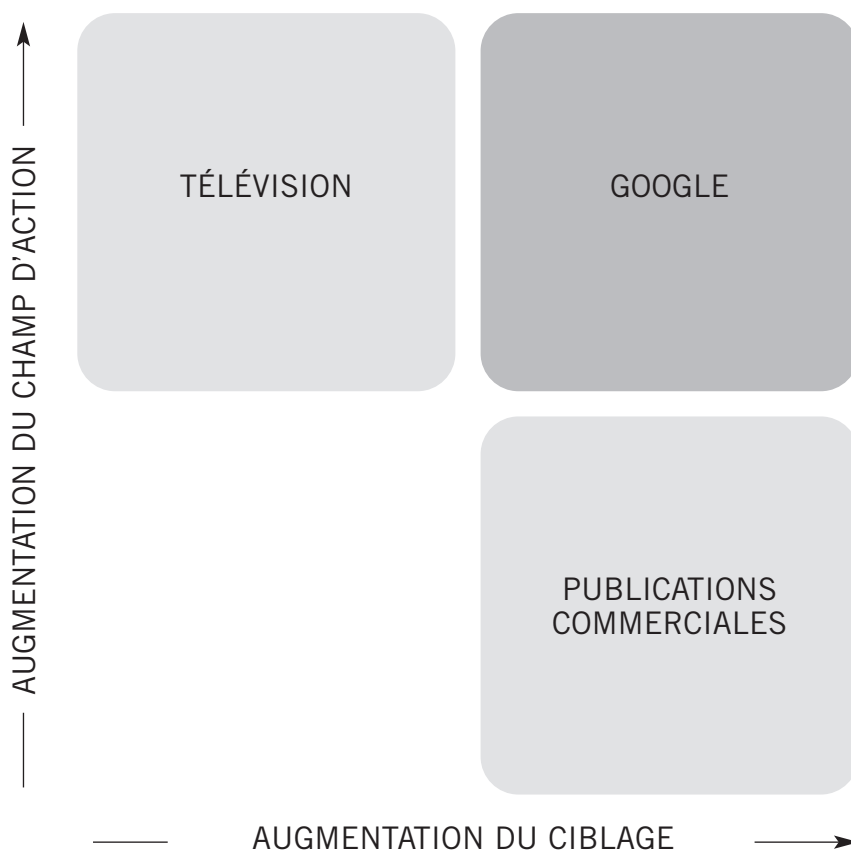
Amélioration de l'efficacité des supports classiques grâce aux campagnes en ligne.

Savez-vous qu'une campagne intégrée comprenant des publicités en ligne améliore l'efficacité de vos campagnes classiques (supports papiers ou audiovisuels) ? Un grand nombre d'annonceurs astucieux utilisent leurs campagnes Google AdWords pour tester le marché en temps réel. Ils essaient ainsi de déterminer les offres et les messages qui fonctionnent le mieux avant de lancer des campagnes marketing classiques plus coûteuses. De même, les études montrent que l'ajout d'une composante publicitaire en ligne à une campagne intégrée peut augmenter sensiblement la notoriété et la reconnaissance d'une marque, renforcer la clarté du message et surtout aider à concrétiser les intentions d'achat.

Pertinence et audience. Depuis longtemps, les responsables marketing sont confrontés à un dilemme :

- d'un côté, faire le choix d'une très large audience, en risquant une grande déperdition pour manque de pertinence,
- de l'autre, choisir la pertinence et être contraints à réduire leur champ d'action à une petite audience.

Ce n'est plus le cas aujourd'hui. Avec les liens commerciaux AdWords, vous pouvez désormais toucher de nombreux prospects très ciblés. Vous avez la possibilité d'adapter le ciblage à votre portée : locale, nationale, ou internationale, ainsi que votre message en fonction de la segmentation de votre cible. De plus, le risque est pratiquement nul. Vous pouvez modifier instantanément vos campagnes : il vous est possible de commencer doucement, de tester quelques offres ou créations, puis de lancer des campagnes de grande envergure si les résultats sont satisfaisants en termes de retour sur investissement, le tout en conservant le même coût par clic.



Google AdWords :
En quelques étapes
seulement vous
faites la promotion
de votre entreprise
sur le moteur de
recherche le plus
populaire de France.