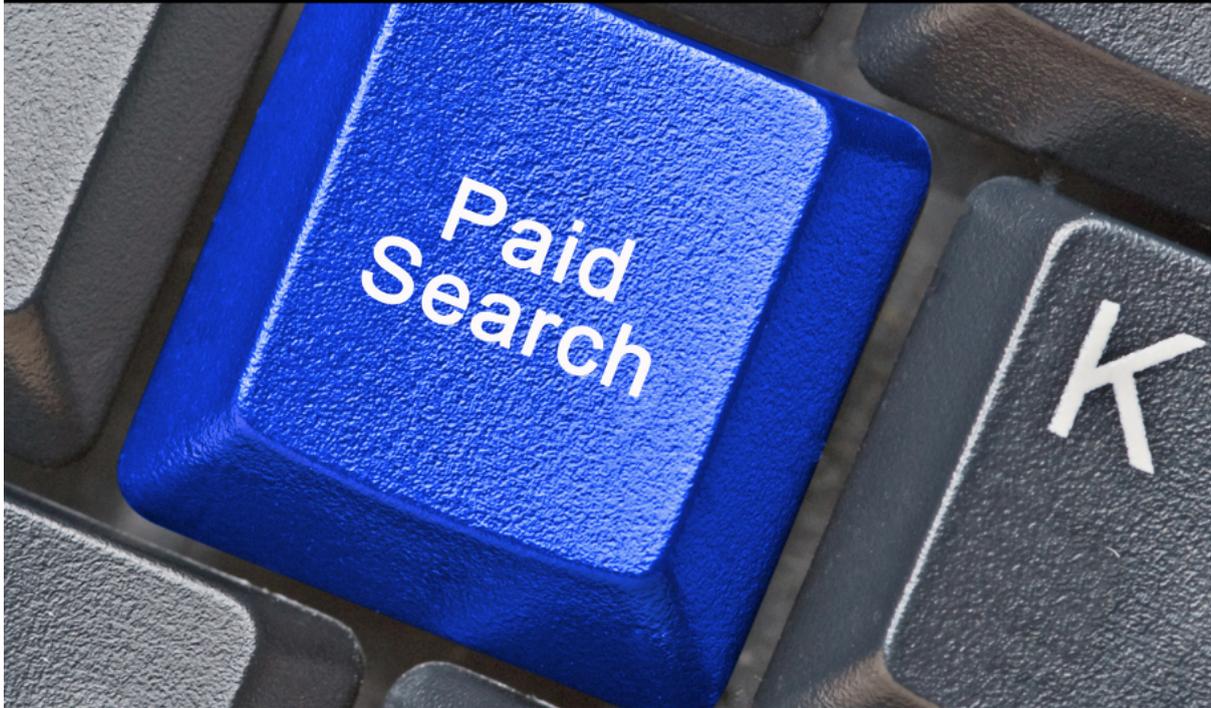




LES 6 PRINCIPES CLÉS DU SEA

La publicité existait bien avant l'afflux du digital. A l'époque, les supports de publicité sur papier monopolisaient le marketing communication. Mais à l'heure actuelle, les entreprises se concentrent sur les internautes. Elles élaborent des approches inédites afin de susciter l'intérêt des utilisateurs selon leurs conduites et instincts.

A cet effet, le référencement apparaît comme étant la meilleure solution pour gagner le cœur du grand public. Et les entreprises s'interrogent constamment sur la meilleure méthode de diffuser leurs offres avec succès et originalité. Le SEA ou « Search Engine Advertising » est une technique payante de référencement qui s'opère par les navigateurs. Les résultats s'y affichent lorsque vous effectuez vos recherches. Il est important de noter que le SEA est différent du SEO ou « Search Engine Optimization ». Ce dernier s'agit d'une optimisation gratuite pour les navigateurs. Il veille à ce qu'un site web soit optimisé dans les résultats d'un navigateur comme Google.



La base du SEA

Tout le monde pense qu'il suffit de présenter un service ou une substance efficace pour être référencé en tête des navigateurs. Toutefois, bénéficier d'un meilleur référencement sur internet n'est pas aussi facile que ça. C'est la raison pour laquelle SEA ou « Search Engine Advertising » ou encore « achat de liens sponsorisés » a été mis en place. En réalité, la majorité des navigateurs élabore un business model pratique. Il s'agit de louer des espaces de publicité contre une prestation offerte. Mais il est notable que le SEA nécessite un budget particulier, exactement comme une publicité sur les supports classiques. Ce type de référencement est le filon d'or des titulaires de navigateurs. Et il se concrétise grâce à la résolution des entités à toujours vouloir être au sommet des résultats de recherches.

1.Utiliser le trafic en guise de source de vente

La principale source de vente repose sur un trafic de qualité. Il est à noter que de nombreuses entités proposent leurs prestations et produits en ligne. Elles visent à conquérir le modèle sur plusieurs mots-clés. Le principe est simple ! Il importe de vous mettre à la place de l'internaute. Vous devez bien savoir les produits qu'il va chercher en ligne, que ce soit les vôtres ou ceux de vos rivaux. Vous devez choisir une audience particulière afin de bannir les clics non spécialisés. Pour accroître un trafic adéquat, les sites e-commerce se servent de liens sponsorisés.

2.Critères pour analyser un trafic qualifié

Il convient de prendre en compte certains critères vous permettant d'évaluer votre trafic. Vous devez vraiment vous axer sur le développement du trafic de vos données. Cela vous permettra d'éviter les clics non qualifiés de ceux qui ne sont pas du tout intéressés par votre produit. Vous devez surveiller le temps de visites, le taux de rebond, le pourcentage de revisites. Mais aussi, l'altération de la visite par l'élaboration du questionnaire contact. Sans oublier la quasi-absence de retour sur vos landing pages et encore beaucoup d'autres.

3.Comment utiliser efficacement le référencement payant ?

Tout comme le référencement naturel SEO, le référencement SEA est principalement basé sur les mots-clefs. Vous devez absolument les choisir avec soin. Pour susciter l'intérêt des internautes, vous devez utiliser des mots-clés impactant pour le navigateur. Vous devez rédiger des publicités ultra-productives après avoir défini le choix des mots-clés. C'est loin d'être une tâche facile. Voilà pourquoi il importe de faire appel à des sociétés comme [notre agence](#) pour vous assister dans votre procédé.

4. Les atouts du SEA

Le référencement payant sert principalement à optimiser la notoriété de votre site web. Il vous permet de le positionner efficacement en tête des résultats des navigateurs. Aussi, grâce au SEA, vous pourrez directement changer et personnaliser votre budget et votre publicité.

5. Les principaux pièges à éviter absolument !

Les enchères et le spam sont les principaux ennemis du SEA. Pour Google Ads repose sur la notion des enchères afin de placer les publicités. C'est-à-dire la position principale est attribuée à celui qui paie le plus. Mis à part le prix, le positionnement des publicités Google Ads repose également sur la page de destination après le clic et la qualité de la pub.

Concernant le spam, vous devez rédiger des publicités de qualité et parfaitement axés. Faites gaffe aux ennemis visant à anéantir votre image en cliquant en permanence sur votre publicité.

6. Les astuces pour surmonter les pièges

Pour commencer, vous devez faire un travail tactique et bien contrôler votre public. Ensuite, il importe de rédiger une publicité percutante. Cette technique permet de susciter l'intérêt du public à poursuivre ses recherches. Sachez que si votre site est de faible qualité, les internautes vont rapidement le « zapper ». Un site de faible qualité signifie qu'il ne correspond vraiment pas aux attentes et besoins des internautes. Enfin, vous pouvez parfaitement contrôler le nombre de clics de vues et autres. Pour cela, vous pouvez fusionner le résultat des campagnes SEA et le taux de Google Analytics avec ceux de Google Ads.

Lire notre travail de recherche traitant de la problématique suivante :

L'intelligence artificielle au service du marketing



Pour aller plus loin :

[Les erreurs à éviter sur Google Ads](#)



Générer jusqu'à 5 fois plus de prospects

