

Glossaire des acronymes AdWords pour les débutants

Si vous commencez tout juste à utiliser AdWords, les définitions suivantes pourront vous aider à vous y retrouver parmi les nombreux acronymes utilisés.

Annonce – Publicité diffusée sur les pages de résultats de recherche, à côté ou au-dessus de ces derniers, et sur les sites Web. Avec AdWords, vous pouvez créer des annonces textuelles, illustrées, vidéo et pour mobile.

Groupe d'annonces – Ceci fait référence à un groupe de plusieurs annonces associées à une même liste de mots clés. Avec AdWords, vous pouvez créer jusqu'à 20 000 groupes d'annonces par campagne.

Campagne – Il s'agit d'une campagne marketing qui comporte, entre autres, le ciblage géographique, le budget et les paramètres que vous avez définis. Une campagne est composée de groupes d'annonces, d'annonces et de mots clés. Vous pouvez créer jusqu'à 500 campagnes dans votre compte.

Clic – Action comptabilisée quand un internaute voit votre annonce et clique sur celle-ci pour visiter votre site Web.

Taux de clics (CTR) – Ratio entre le nombre de fois où votre annonce a été diffusée (impressions) et le nombre de fois où elle a fait l'objet d'un clic. Par exemple, si une annonce a été diffusée auprès de 100 internautes et que deux d'entre eux ont cliqué sur celle-ci, le CTR est égal à 2 %.

Conversion – Action comptabilisée lorsqu'un visiteur de votre site effectue une action souhaitée. Il peut s'agir d'un achat en ligne, du remplissage d'un formulaire, d'une inscription à une newsletter ou de l'envoi d'un commentaire.

Coût par clic (CPC) – Montant que vous payez chaque fois qu'un internaute clique sur votre annonce. Le *CPC max.* représente le montant le plus élevé que vous êtes prêt à payer pour un clic.

URL de destination – Il s'agit de la page Web vers laquelle les internautes sont dirigés après avoir cliqué sur votre annonce. Cette page peut être différente de votre URL à afficher ou de votre page d'accueil.

URL à afficher – Il s'agit de l'URL utilisée dans votre annonce (quatrième ligne).

Impressions – Nombre de fois où votre annonce a été diffusée auprès de clients potentiels.

Liste de mots clés – Liste des mots ou expressions pour lesquels vous souhaitez que votre annonce apparaisse lorsqu'un internaute les utilise pour effectuer une recherche.

Niveau de qualité – Mesure permettant d'évaluer la pertinence de vos mots clés et annonces pour les internautes qui recherchent votre entreprise, vos produits ou vos services. Le niveau de qualité est calculé sur une échelle de 1 à 10 (10 étant le niveau le plus élevé). Il doit être le plus élevé possible.