

Les cinq clés du succès avec AdWords

Que vous soyez un nouvel utilisateur d'AdWords, impatient d'optimiser sa campagne publicitaire en ligne, ou un annonceur chevronné, souhaitant optimiser son compte afin d'améliorer ses résultats, cet article est pour vous. Voici les cinq secrets d'un compte performant, qui vous permettront d'attirer davantage de clients avec un minimum de gestion.

1 Un compte bien structuré

Tout se joue au niveau de votre compte AdWords. Celui-ci renferme l'intégralité de vos campagnes, groupes d'annonces, annonces et mots clés. Il contient également l'ensemble de vos paramètres, ainsi que des outils de création de rapports très utiles. Un compte AdWords bien configuré permet généralement de vous faire gagner du temps.

En organisant votre compte AdWords de manière efficace, vous pouvez :

- créer des annonces qui répondent aux attentes de vos clients potentiels ;
- associer des mots clés précis à un message publicitaire particulier ;
- apporter facilement des modifications à certaines de vos annonces sans aucune incidence au niveau du compte ;
- passer moins de temps à gérer votre compte.



Pour savoir comment organiser au mieux votre compte, regardez la vidéo **Organisation de votre compte** et reportez-vous au document correspondant.

2 Des mots clés adaptés

Les mots-clés jouent un rôle déterminant dans la réussite de vos campagnes publicitaires AdWords. Ils permettent de diffuser vos annonces auprès des bonnes personnes et au bon moment. Ainsi, plus vos mots clés ciblent efficacement vos clients potentiels, plus vos annonces génèrent des clics.

Les mots clés les plus efficaces :

- font clairement référence à vos produits ou services ;
- sont constitués de deux mots ou plus (exemple : "sandales en cuir" au lieu de "sandales").

Pour obtenir des conseils complémentaires sur la création d'une liste de mots clés efficaces, regardez la vidéo **Comment choisir les bons mots clés** et reportez-vous au document correspondant.

3 Des annonces attrayantes

Les mots-clés permettent de diffuser vos annonces au moment opportun, mais c'est leur texte qui donnera envie aux internautes de consulter votre site Web. Il est donc important de capter l'attention de vos clients potentiels en rédigeant des annonces percutantes. Ainsi, vous ferez décoller le nombre de clics. Voici quelques conseils pour créer des annonces attrayantes :

- **Titre de l'annonce** : Il doit être en rapport direct avec la requête d'un client potentiel et reprendre les éléments que ce dernier a saisis (autrement dit, ses mots clés).
- **Ligne de description n°1** : Elle doit inclure les informations les plus importantes aux yeux de vos clients, ainsi que des mots clés pertinents.
- **Ligne de description n°2** : Utilisez une incitation à l'action efficace, qui dynamisera vos ventes, comme une offre spéciale ou une formulation du type "Achetez dès maintenant".
- **URL à afficher** : Il s'agit de l'URL simplifiée de votre site Web à titre indicatif pour l'utilisateur.
- **URL de destination** : C'est l'URL de destination qui dirigera vos clients potentiels vers la page correspondant le mieux à leur recherche.

Pour obtenir plus de conseils sur la rédaction d'annonces répondant aux attentes des clients, regardez la vidéo **Rédiger des annonces susceptibles d'attirer la clientèle** et reportez-vous au document correspondant.

4 Des pages de destination convaincantes

Lorsqu'un client potentiel clique sur votre annonce, la page de destination vers laquelle il est renvoyé saura-t-elle le convaincre ? Une page de destination est adaptée si elle présente les produits, services ou offres indiqués dans votre annonce et si elle permet d'accéder facilement à la page d'achat, d'inscription ou de contact. Une page de destination efficace incite vos visiteurs à franchir le premier pas et à devenir vos clients.

Pour obtenir des conseils sur l'amélioration de vos pages de destination, regardez la vidéo **Comment votre page de destination peut vous aider à convaincre les internautes** et reportez-vous au document correspondant.

5 Un suivi des clients

Avec Google Analytics, vous pouvez connaître le nombre de clients potentiels qui sont véritablement devenus clients et ainsi vérifier que les résultats obtenus avec AdWords répondent à vos attentes. En consultant les rapports, vous pourrez :

- connaître le nombre d'internautes qui ont trouvé votre site grâce à vos annonces AdWords ;
- identifier les mots clés qui leur ont permis de trouver votre site ;
- afficher le temps qu'ils ont passé sur votre site après avoir cliqué sur l'annonce ;
- savoir s'ils ont effectué un achat ou toute autre action intéressante à vos yeux.

Pour en savoir plus sur le suivi des clients, regardez la vidéo **Comment puis-je savoir si mes campagnes AdWords sont efficaces** ?

Vous n'avez que 10 minutes à consacrer à la gestion de vos campagnes ?

Un rapide coup d'œil sur votre compte chaque semaine vous permettra d'améliorer vos performances avec AdWords. Pour en savoir plus, regardez la vidéo **Dix minutes pour optimiser vos annonces AdWords** et reportez-vous à la liste de points à vérifier correspondante.