

L'internaute lambda met moins d'une minute à décider s'il souhaite rester sur votre site ou reprendre sa navigation sur le Web à la recherche d'autres offres et informations. Plus votre page de destination est en rapport avec ce qu'il recherche, plus il sera susceptible d'agir et de devenir client.

Prenons un exemple. Vous gérez un service de livraison de fleurs en ligne et vendez des plantes en pot, des bouquets de fleurs, etc. Votre annonce pour les bouquets pourrait se présenter comme suit :

Superbes bouquets

www.vosfleursenligne.fr

Des bouquets pour toute occasion

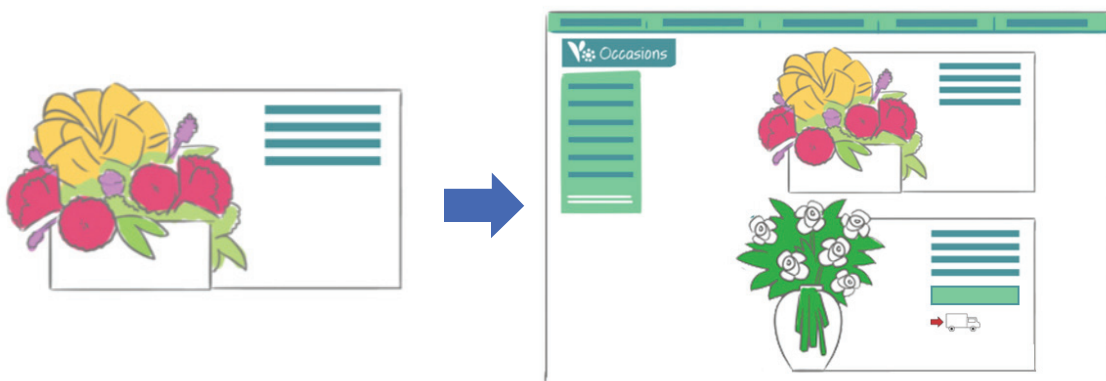
Livraison en 24 h. Commandez ici !

Comment être sûr que votre site intéressera les internautes qui cliquent sur votre annonce ? Pour déterminer si votre page de destination est convaincante, posez-vous les trois questions suivantes :

- La page contient-elle ce à quoi vous faites référence dans l'annonce ?
- Les internautes peuvent-ils facilement trouver ce qu'ils recherchent sur votre site ?
- Quelle action souhaitez-vous que les internautes effectuent lorsqu'ils visitent votre site ?

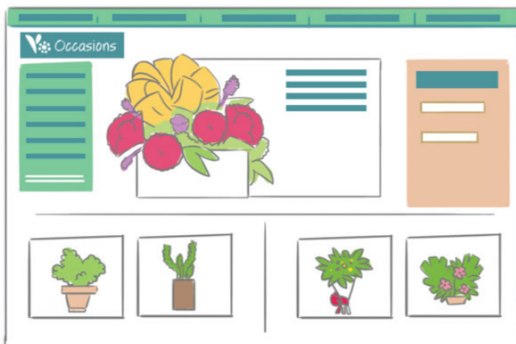
1 La page contient-elle ce à quoi vous faites référence dans l'annonce ?

Pour continuer à susciter l'intérêt de vos clients potentiels, votre page de destination doit impérativement inclure les informations auxquelles vous faites référence dans votre annonce.

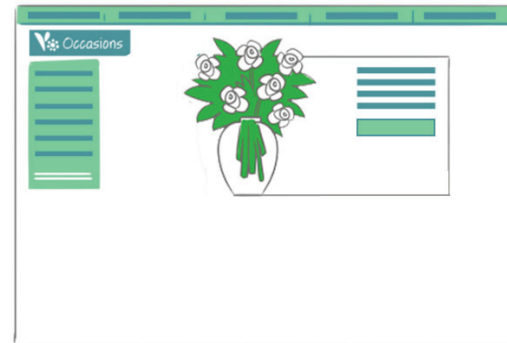


2 Les internautes peuvent-ils facilement trouver ce qu'ils recherchent sur votre site ?

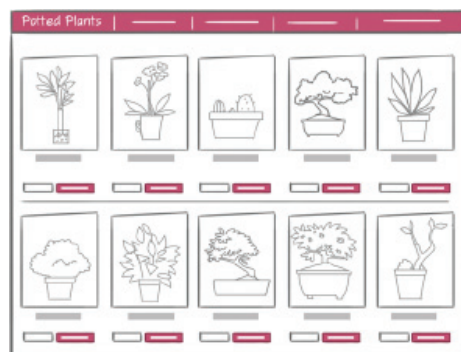
Parcourez votre site Web afin d'identifier la page qui fournit les informations les plus pertinentes sur le produit ou service dont vous faites la promotion dans votre annonce. Les différentes pages possibles sont les suivantes :



Page d'accueil



Page de présentation des produits



Page consacrée aux bouquets de fleurs

3 Quelle action souhaitez-vous que les internautes effectuent lorsqu'ils visitent votre site ?

La règle d'or est la même pour les pages de destination et pour les annonces : utilisez une incitation à l'action. En d'autres termes, indiquez aux clients potentiels ce que vous voulez qu'ils fassent une fois sur votre site. Souhaitez-vous qu'ils commandent des fleurs dans votre boutique en ligne, qu'ils s'inscrivent pour recevoir des offres promotionnelles ou qu'ils vous contactent pour obtenir des informations complémentaires ?

À vous de jouer !

Évaluez maintenant les pages de destination de vos annonces :

1. Connectez-vous à votre compte AdWords.
2. Accédez à l'onglet **Campagnes**, puis sélectionnez l'une des annonces.
3. Vérifiez votre annonce et son URL de destination.
4. Répondez aux questions mentionnées ci-dessus, puis comparez vos réponses avec notre exemple d'annonce pour vosfleursenligne.fr.
5. Enfin, si nécessaire, modifiez vos annonces et pages de destination.