

**Marc et Stéphanie ont trouvé un séjour
à la mer bon marché.**



Google™



Catherine a trouvé deux clients prometteurs.

À chaque instant, partout dans le monde, consommateurs et annonceurs utilisent des mots clés sur Google pour se trouver les uns les autres, et c'est exactement ce qu'ils cherchent.

Fonctionnement :

Les consommateurs en ligne utilisent des mots clés pour effectuer leurs recherches.

The image shows a Google search interface for the keyword "fleur". The search bar contains "fleur" and the search button says "Recherche Google". Below the search bar, there are navigation tabs for "Web", "Images", "Groupes", "Répertoire", and "Actualités". The search results indicate that Google found 10 results for "fleur" in French, completed in 0.16 seconds.

The search results are divided into organic and sponsored sections. The organic results include:

- INTERFLORA, LE POUVOIR DES FLEURS - 5200 fleuristes à votre service** (www.interflora.fr) - Lien commercial
- AQUARELLE - FLEURS : superbes bouquets - Creations Originales** (www.aquarelle.com) - Lien commercial
- Fleur de Lampaul** :: le voilier de la Fondation nicolas Hulot - Bienvenue à bord, Le bateau et l'équipe, Le voilier de la Fondation, Monument historique au service de l'éducation à l'environnement. ... (www.fleurdelampaul.com) - 9k - 18 nov 2003 - En cache - Pages similaires
- A Fleur de PAU : Nature autour de PAU / Nature in South-West of ...** - English Description follows French one - Tourisme, sorties et loisirs nature dans Les Landes ... (www.afleurdepau.com) - 3k - En cache - Pages similaires
- A la Fleur de Galette, la crêperie du marché** - ... Cidre de terroir. Cidre Bio. Chouchen. Vinaigre de cidre Bio. Pur jus de pomme. Caramel à la fleur de sel. ... Toutes les pages de Fleur de Galette. (fduverger.free.fr) - 25k - 18 nov 2003 - En cache - Pages similaires
- Bienvenue chez mamie Livette** - BONJOUR ET BIENVENUE SUR LE SITE. 100 Fonds d'Ecran. 661 Cartes. 858 Papiers à lettre. Nos autres sites. Coup De Du Mois. (www.fleur-du-passier.com) - 6k - 18 nov 2003 - En cache - Pages similaires
- fl-eur.com, apprendre le français autrement !** - ... bons vins... Passer les vacances dans une des plus belles régions de France... Voilà les cours de français chez FLEUR, suite. les ... (Description: Intensiv- und Ferienkurse im Périgord.)

The sponsored results section, titled "Liens commerciaux", includes:

- Fleurs avec Aquarelle** - Superbes bouquets de fleurs Livraison express (www.aquarelle.fr) - Intérêt: █
- Fleur** - Livraison rapide à domicile Superbes bouquets de surprise (www.interflora.com) - Intérêt: █
- Art Floral de Carine** - Spécialiste des fleurs en ligne Paiement sécurisé - Livre 7/7 jours (www.carinefleurs.fr) - Intérêt: █
- Vos Fleurs Simplement** - Paiement Sécurisé, Livraison en 24H par le Fleuriste le plus Proche (www.CadeauFleurs.com) - Intérêt: █

Arrows in the image point from the text above to the search bar and from the text below to the sponsored results section.

Les annonceurs choisissent les mots clés auxquels ils souhaitent associer leurs annonces. Celles-ci apparaissent ensuite au côté des résultats de recherche sur Google et sur les pages Web en rapport avec les mots clés sélectionnés. Les annonces apparaissent en format texte et sont clairement présentées comme des liens publicitaires afin de respecter et de faciliter les recherches des internautes sur le Web.

Google AdWords est actuellement le plus grand programme de publicité au monde intégré dans un moteur de recherche. Il est utilisé par plus de 150 000 entreprises pour attirer de nouveaux clients en limitant les coûts. Google AdWords est le seul programme permettant d'exploiter l'efficacité inégalée des résultats de recherche de Google et de bénéficier du vaste champ d'action du réseau de publicité de Google.

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

Il s'agit de la facturation au coût par clic (CPC). Vous obtenez ainsi des contacts prometteurs, et non de simples impressions. Vous pouvez calculer le retour sur investissement de chaque campagne, pour chaque annonce ou chaque mot clé. Un CPC minimum de € 0,05 par mot clé vous est facturé. Il ne peut en aucun cas dépasser le montant maximal que vous définissez (votre « enchère »). Pour vous aider à fixer votre prix, le système AdWords propose un CPC maximum qui devrait placer votre annonce, pour tous les mots clés qu'elle comprend, en première position dans 90 % des cas.

Votre portée est nettement plus grande.

Vos annonces sont diffusées automatiquement sur toutes les pages dont Google est propriétaire. Vous pouvez en outre opter pour une diffusion plus large, par l'intermédiaire des partenaires de recherche Google tels que free.fr. Nous mettons également à votre disposition un réseau de sites de contenu qui peuvent diffuser vos annonces. Ces annonces ciblées sur le contenu apparaîtront sur un nombre croissant de sites partenaires comme Lycos Europe et Club Internet.

Vous pouvez suivre les résultats.

Vous n'avez pas besoin de vous préoccuper des impressions ou de la diffusion globale, ni de demander aux clients comment ils ont entendu parler de vous. Les rapports mis à votre disposition en continu sur le Web vous indiquent précisément le nombre de clics reçus, les coûts correspondants et l'impact de vos campagnes par segment de marché, par produit ou par offre.

C'est vous qui définissez le budget quotidien à ne pas dépasser.

AdWords vous y aide en vous suggérant un niveau de dépenses quotidiennes calculé sur la base de l'historique du trafic Google et du CPC maximum que vous avez fixé. Vous déterminez ainsi le budget quotidien maximal et notre système veille automatiquement à ce qu'il ne soit jamais dépassé tout au long de la campagne publicitaire.

Votre facture est automatiquement diminuée.

Le modérateur d'enchères AdWords diminue automatiquement votre CPC actualisé au niveau minimal pour maintenir la position de votre annonce et votre avantage sur la concurrence.

Nous privilégions la pertinence.

Nous savons que les informations pertinentes font revenir les internautes. Ainsi, nous mesurons la pertinence d'une annonce en fonction du nombre de clics divisé par le nombre d'impressions. En outre, nous récompensons les taux de clics (CTR) élevé par une meilleure position sur la page.

Le classement est dynamique.

Nous positionnons votre annonce sur nos pages et celles de nos partenaires de recherche et de contenu en fonction du résultat obtenu en appliquant la formule suivante : $CPC \text{ maximum} \times CTR$. Les annonces présentant un bon résultat apparaissent plus haut dans la liste et il est toujours possible d'accéder à la première position.

Pourquoi Google ?

Google est le 5ème domaine
du Web mondial.

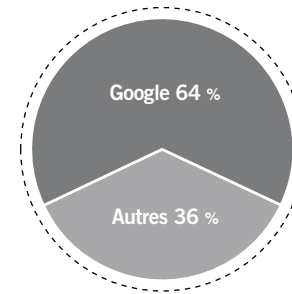
Nielsen//NetRatings
juin 2003

Google.fr est classé N°2
parmi tous les domaines en
France avec 7,5 millions
d'utilisateurs uniques.

Nielsen//NetRatings,
octobre 2003

Google est la marque
en ligne la plus populaire
en Europe.

Forrester
août 2003



◀ Google représente plus
de 64 % du trafic généré par
les moteurs de recherche
francophones.

Baromètre Xiti – 1ère Position,
octobre 2003

Plus de la moitié
des recherches Google
proviennent de pays autres
que les États-Unis.

Données internes à Google

Google est le premier moteur
de recherche en France.

Nielsen//NetRatings
octobre 2003

En un an, la croissance
de Google.fr a été de 71 %
en terme de visiteurs
uniques même si le nombre
d'internautes actifs en France
n'a augmenté que de 23 %.

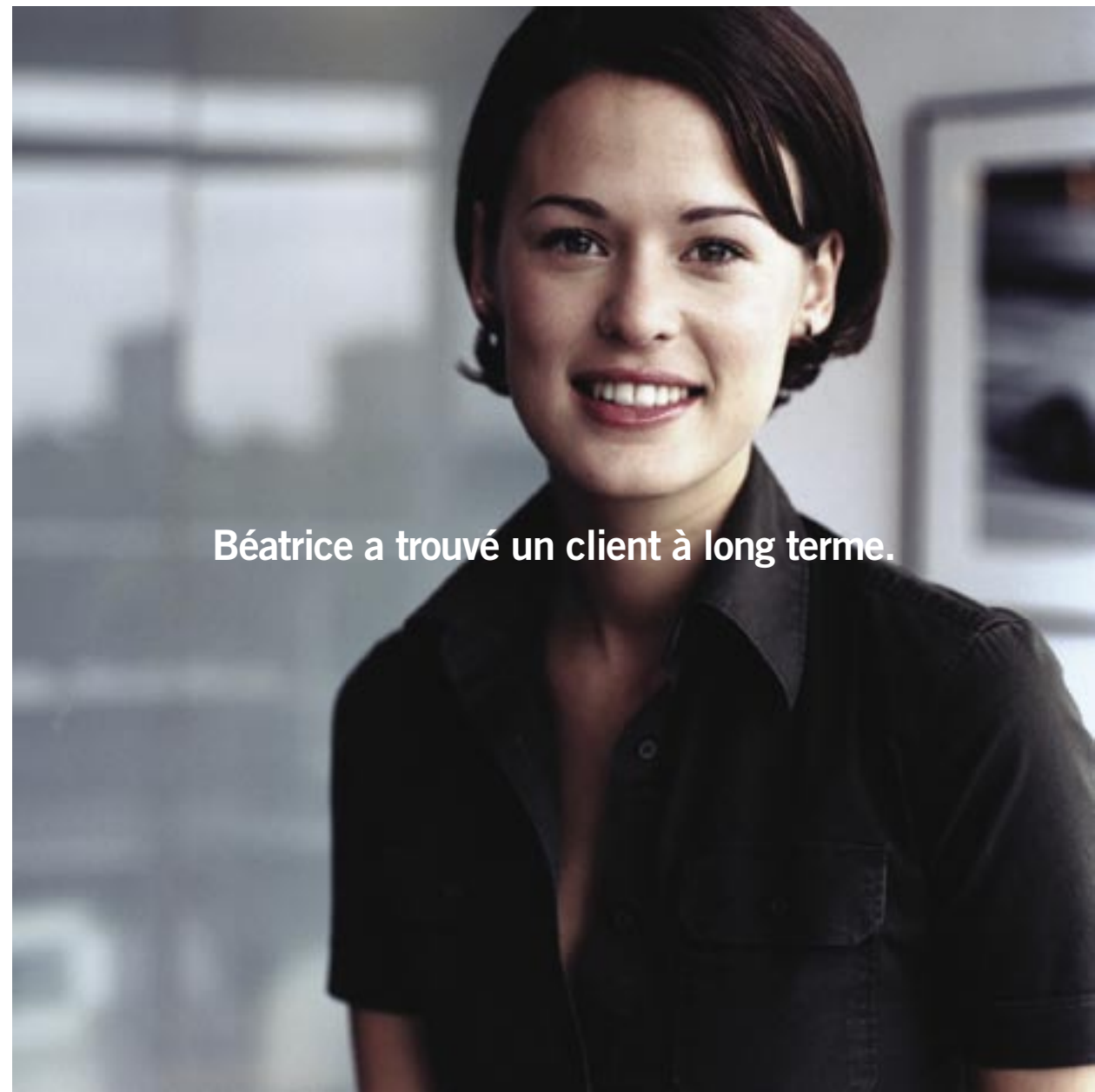
Nielsen//NetRatings,
octobre 2003

Google sert un public global
grâce à ses 85 domaines
internationaux.

Données internes à Google



Cédric a trouvé un prêt immobilier à taux fixe.



Béatrice a trouvé un client à long terme.

Quels avantages pouvez-vous en attendre ?

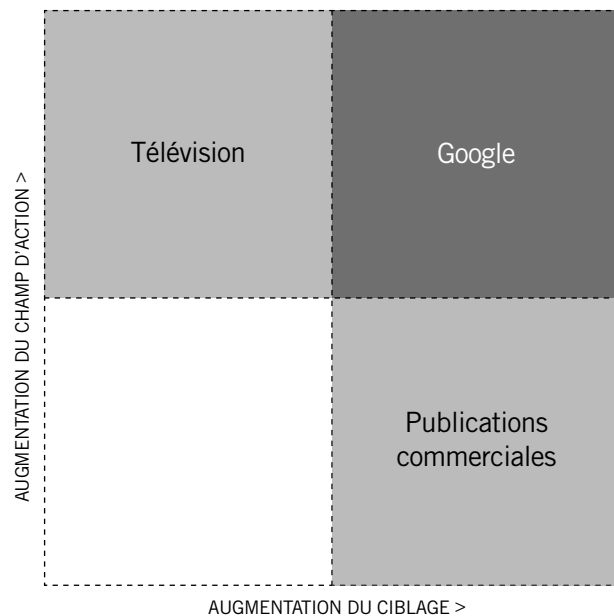
Atteindre des prospects présélectionnés tout au long du cycle d'achat

Le ciblage démographique et l'achat de listes peuvent vous permettre de contacter de vastes groupes de clients potentiels, mais leur intérêt est limité quand il s'agit d'identifier les prospects susceptibles d'acheter vos produits ou services. La publicité par mots clés, en revanche, vous permet de transmettre instantanément votre message publicitaire aux clients au moment précis où vos clients potentiels effectuent une recherche sur l'un de vos produits ou services. Vous pouvez non seulement adapter vos messages aux prospects ciblés, mais aussi personnaliser vos slogans publicitaires à l'aide des mots clés afin d'attirer l'attention des prospects à différents stades du cycle 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 effort publicitaire consenti. 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.

La publicité sur Google par mots clés est à ce titre un support promotionnel sans pareil, car elle permet de déterminer précisément les retours sur investissement avec précision. Vous pouvez effectuer le suivi des performances de vos annonces du clic à la conversion et 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.



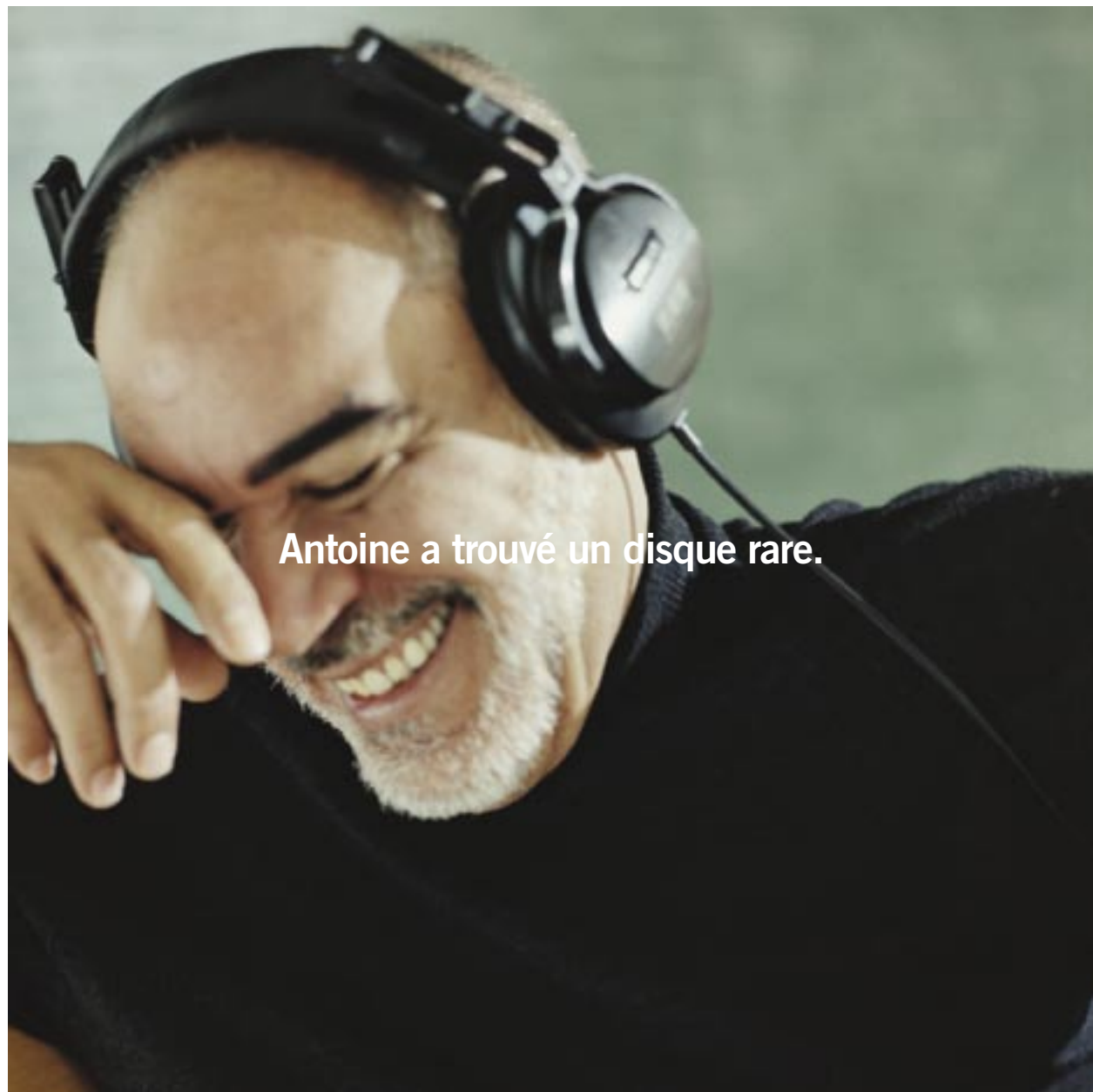
◀ Pertinence et vaste champ d'action

Depuis toujours, les responsables marketing sont confrontés à un dilemme : pour bénéficier d'un champ d'action étendu, il faut accepter un fort pourcentage de pertes ; mais pour obtenir un ciblage précis, il faut accepter un champ d'action limité. Ce n'est plus le cas aujourd'hui. Avec plus de six milliards de recherches par mois sur le réseau de publicité de Google, les annonceurs Google peuvent désormais atteindre sur l'ensemble du Web un immense réservoir de prospects ciblés. De plus, le risque est pratiquement nul, car vous pouvez adapter instantanément la portée de vos publicités : vous pouvez ainsi commencer petit, tester quelques offres ou créations, puis 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.

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

La plupart des responsables marketing reconnaissent que la publicité par mots clés est le moyen le plus rentable de générer des contacts et d'attirer de nouveaux clients. En revanche, tous ne savent pas qu'une campagne intégrée comprenant des publicités en ligne améliore l'efficacité des campagnes classiques qui font appel aux supports papier ou audio-visuels. 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.*

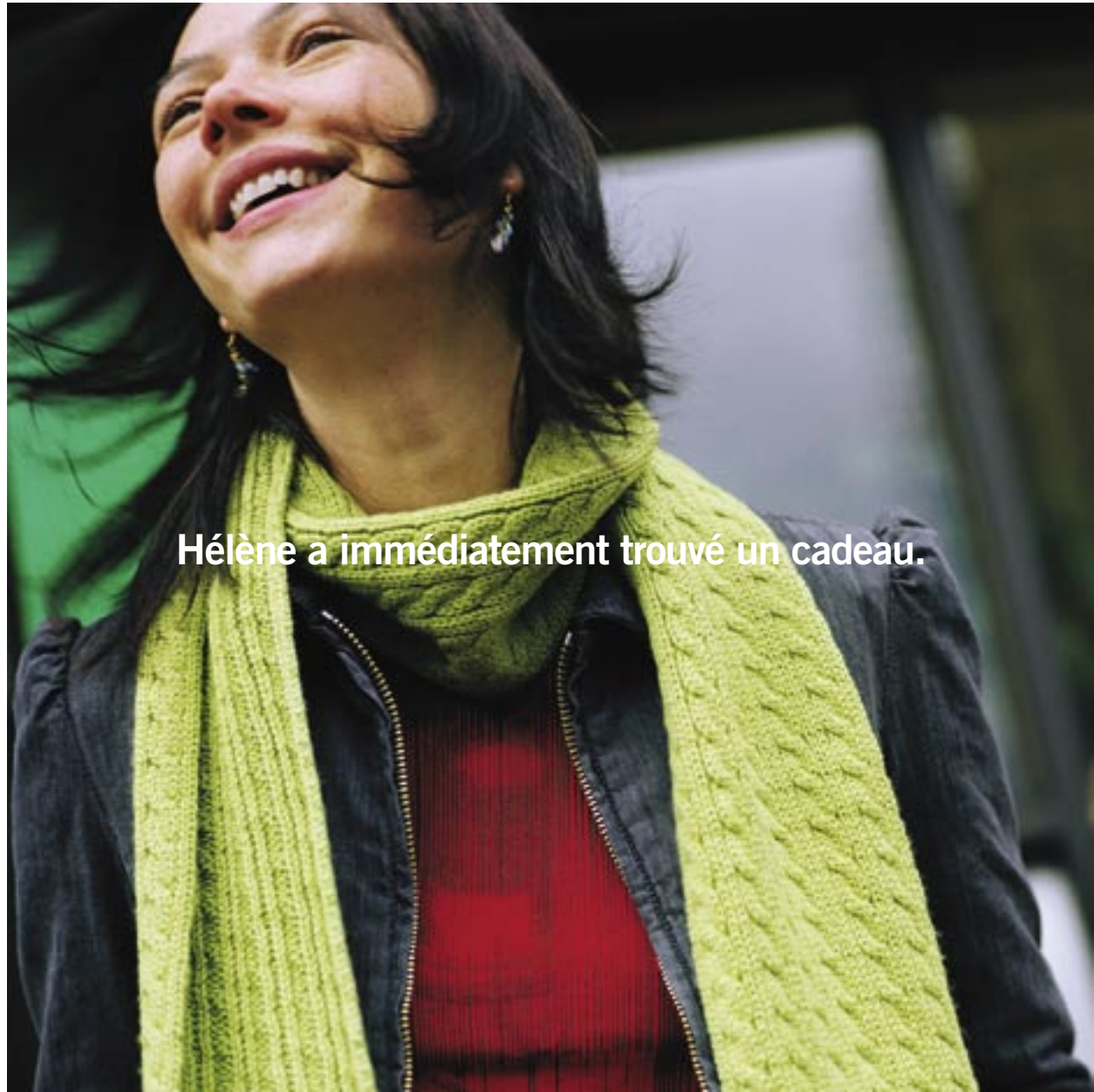
*Étude XMOS (Cross-Media Optimization Study), IAB (Internet Advertising Bureau), février 2003



Antoine a trouvé un disque rare.



Michelle a trouvé un collectionneur passionné.



Hélène a immédiatement trouvé un cadeau.

Qu'allez-vous trouver ?



www.google.fr/ads

© Copyright 2003. Google est une marque commerciale de Google Inc. Tous les autres noms de sociétés et de produits peuvent être des marques commerciales des sociétés auxquelles ils sont associés.
