



AUDIT DES COMPTES PUBLICITAIRES



Qui sommes nous?

NEXURO DIGITAL - AGENCE DE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

- **20 ans d'expérience** dans l'accompagnement des entreprises dans leur transformation structurelle
- Expertise en marketing digital, développement web et expérience utilisateur
- Équipe d'experts **certifiés** et expérimentés dans le digital
- Compréhension holistique du digital pour fournir des **solutions adaptées** aux besoins de chaque entreprise
- Propose également des **formations** pour développer les compétences en numérique
- Aide les entreprises à réussir leur **transition vers le numérique** et à saisir les opportunités offertes par les nouvelles technologies



Nos services

Marketing digital

Consultance et stratégie digitale

- Création de personas
- Contenu marketing
- E-mailing
- Test UX/UI

Gestion de réseaux sociaux

- Audit de votre présence
- Création d'une ligne éditoriale
- Gestion de communication
- Contact avec des influenceurs

SEA/ Référencement payant

- Google ads
- Google display
- Youtube
- Google Shopping

SEO

- Audit technique (Robots.txt, sitemaps.xml)
- Contenu d'audit (URL, titres, tags, metatags)
- Blacklinks



Nos certifications



Shopping ads Certification



Google Analytics Individual Qualification



Google Ads - Measurement Certification



Google Ads Display Certification



Google Ads Search Certification



Google Ads Video Certification



Qu'est-ce qu'un audit Google Ads ?

Définition

- L'audit Google Ads est une évaluation complète de la performance de votre compte publicitaire Google Ads.

Objectifs

- Identifier les problèmes qui empêchent votre compte d'atteindre ses objectifs.
- Proposer des recommandations pour améliorer la performance de votre compte.



Qu'est-ce qu'un audit Google Ads ?

Éléments audités

- La structure de votre compte et de vos campagnes publicitaires.
- Les mots clés que vous utilisez et leur pertinence.
- Vos annonces et leur qualité.
- Votre stratégie d'enchères et votre budget.

Avantages d'un audit Google Ads

- Optimisation des coûts publicitaires.
- Amélioration de la pertinence et de la qualité de vos annonces.
- Augmentation du retour sur investissement (ROI).
- Identification des opportunités de croissance.





Campagnes Search

ANALYSE DE L'AUDIT

Campagnes et groupes d'annonces

- Évaluez les performances des campagnes et des groupes d'annonces
- Vérifiez que les budgets et les enchères sont appropriés
- Identifiez les mots clés à fort coût et à faible taux de conversion
- Nettoyage d'audience si nécessaire (audience similaire)

Annonces

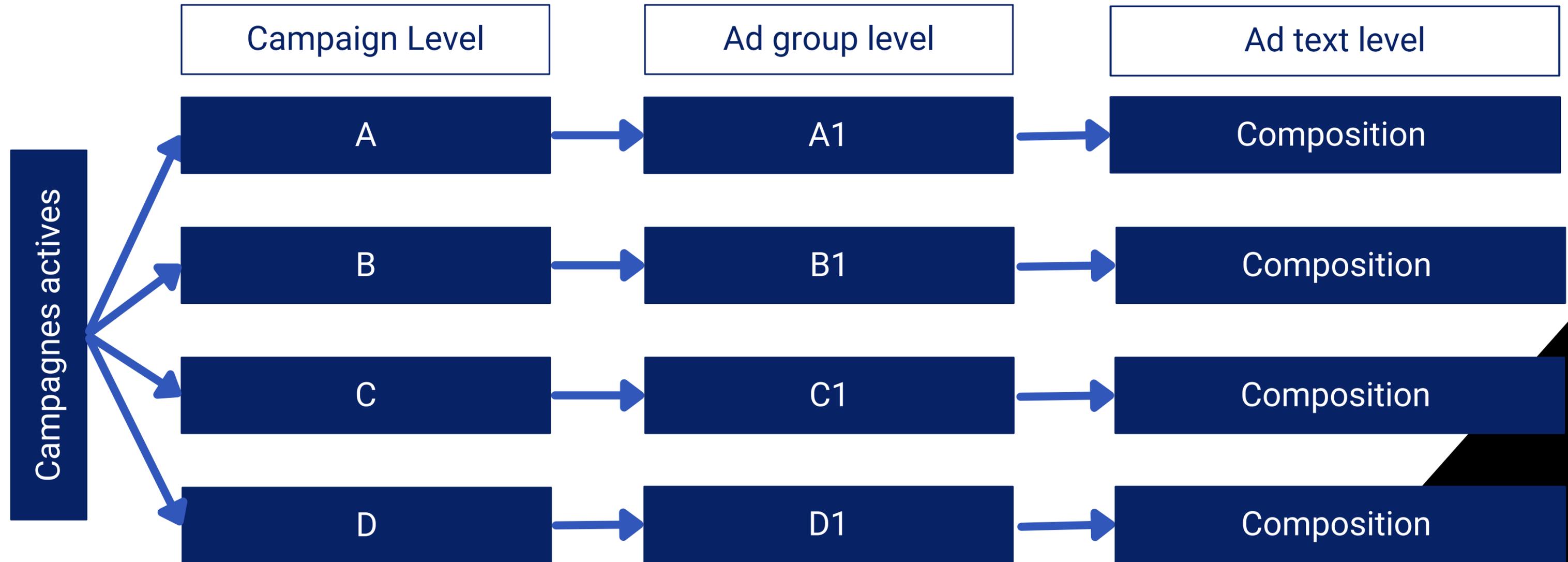
- Vérifiez que les annonces sont cohérentes avec les mots clés et les pages de destination
- Vérifiez que les annonces sont conformes aux politiques publicitaires de Google Ads





Campagnes Search

EXEMPLE DE CONSTAT DE LA STRUCTURE



*exemple: spécificité de la localisation



Campagnes Search

ANALYSE DES RED FLAG



Les "Red Flags" sont des avertissements ou des alertes qui apparaissent dans votre compte Google Ads pour signaler que quelque chose ne va pas.

Exemples de Red Flags:

- Annonces refusées
- Mots-clés inappropriés
- Pages de destination non conformes
- Baisse soudaine du taux de clics ou du taux de conversion



Google Ads -

Search

Best practice





DIFFÉRENCES LES CAMPAGNES BRAND ET GENERIC

BRAND

- Key Words propres à la marque
- Ciblage plus précis
- Prospects chauds

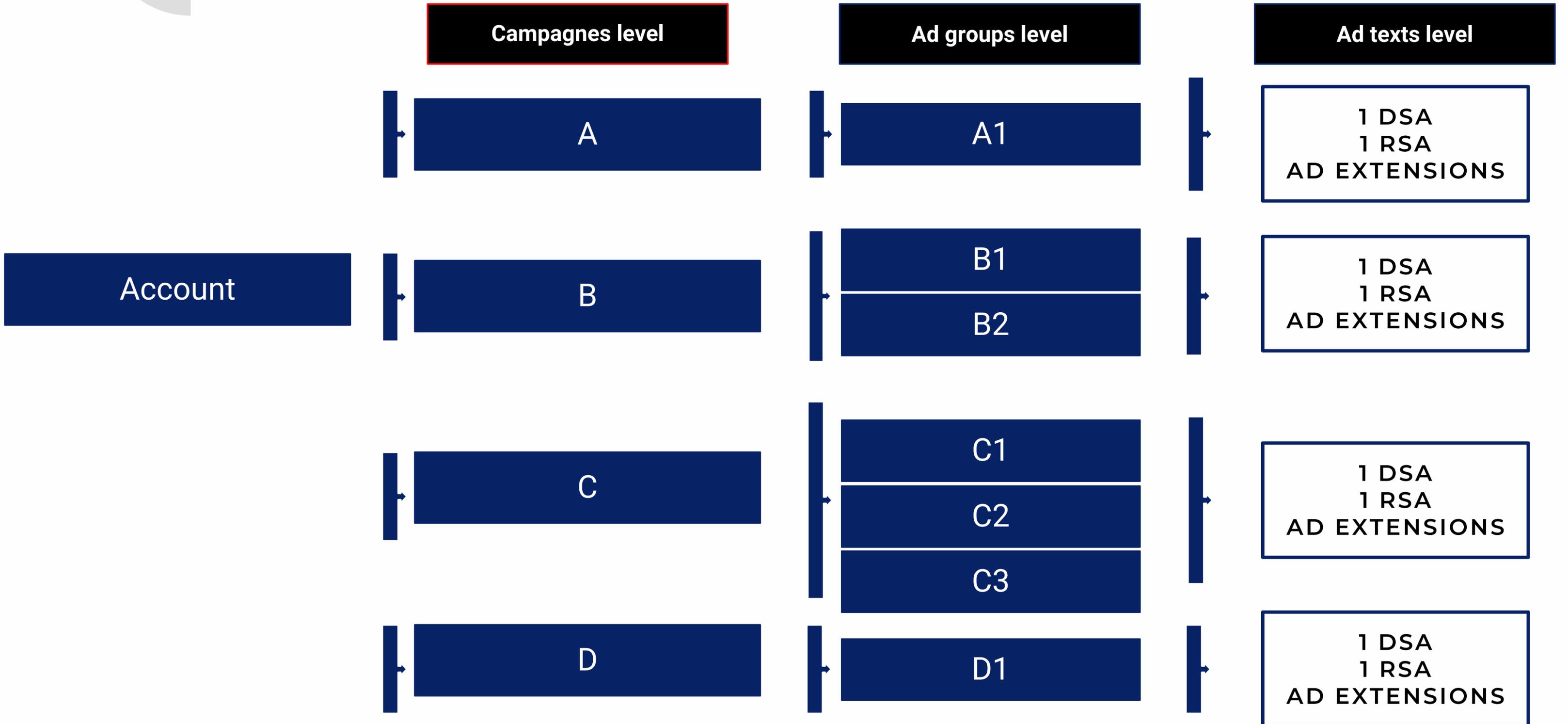
Générique

- Key Words larges
- Ciblage plus large
- Prospects froids



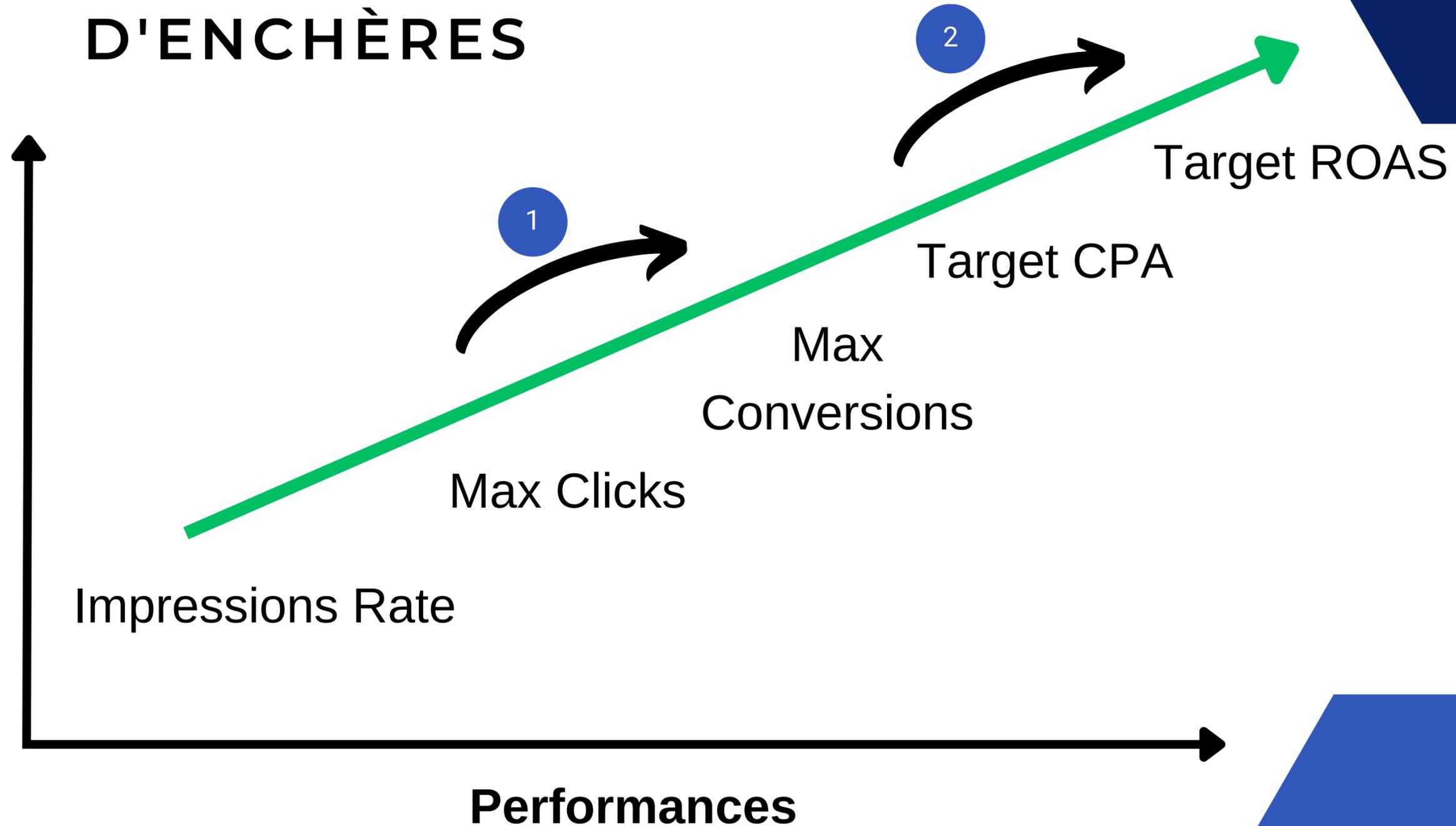


STRUCTURE OPTIMALE : BRAND & GENERIC





Campagnes Search LEARNINGS - STRATÉGIE D'ENCHÈRES



1. Set up du suivi des conversions
2. Mise en place d'objectif précis

n.



Campagnes Search LEARNINGS - STRATÉGIE D'ENCHÈRES

- 1) Maximise clics: Phase de learning => augmente le trafic et donne plus de donnée à l'algorithme
- 2) Maximise conversion: Phase de learning fini et set up des conversions check.
 - Idéal optimiser le budget publicitaire
 - Une plus grande pertinence des annonces
 - Une meilleure compréhension des performances publicitaires





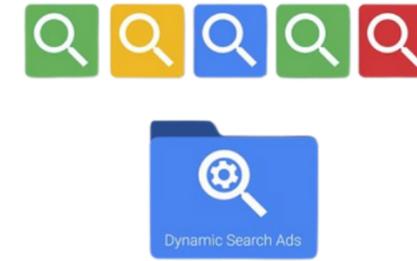
Campagnes Search

LEARNINGS - STRATÉGIE D'ENCHÈRES

- 3) Target CPA: maximiser les conversions tout en maintenant un coût par acquisition (CPA) spécifique.
- Utiliser lors d'une forte limitation budgétaire
- 4) Target ROAS: une stratégie d'enchères pour maximiser le retour sur investissement publicitaire.
- ROAS : Revenus générés / coûts publicitaires
 - Objectif de ROAS spécifique pour atteindre les objectifs de rentabilité
 - Ajustement automatique des enchères pour atteindre l'objectif de ROAS en temps réel
 - Utile pour les entreprises avec des marges de profit variables ou pour maximiser les ventes tout en maintenant la rentabilité



Campagnes Search DYNAMIC SEARCH ADS



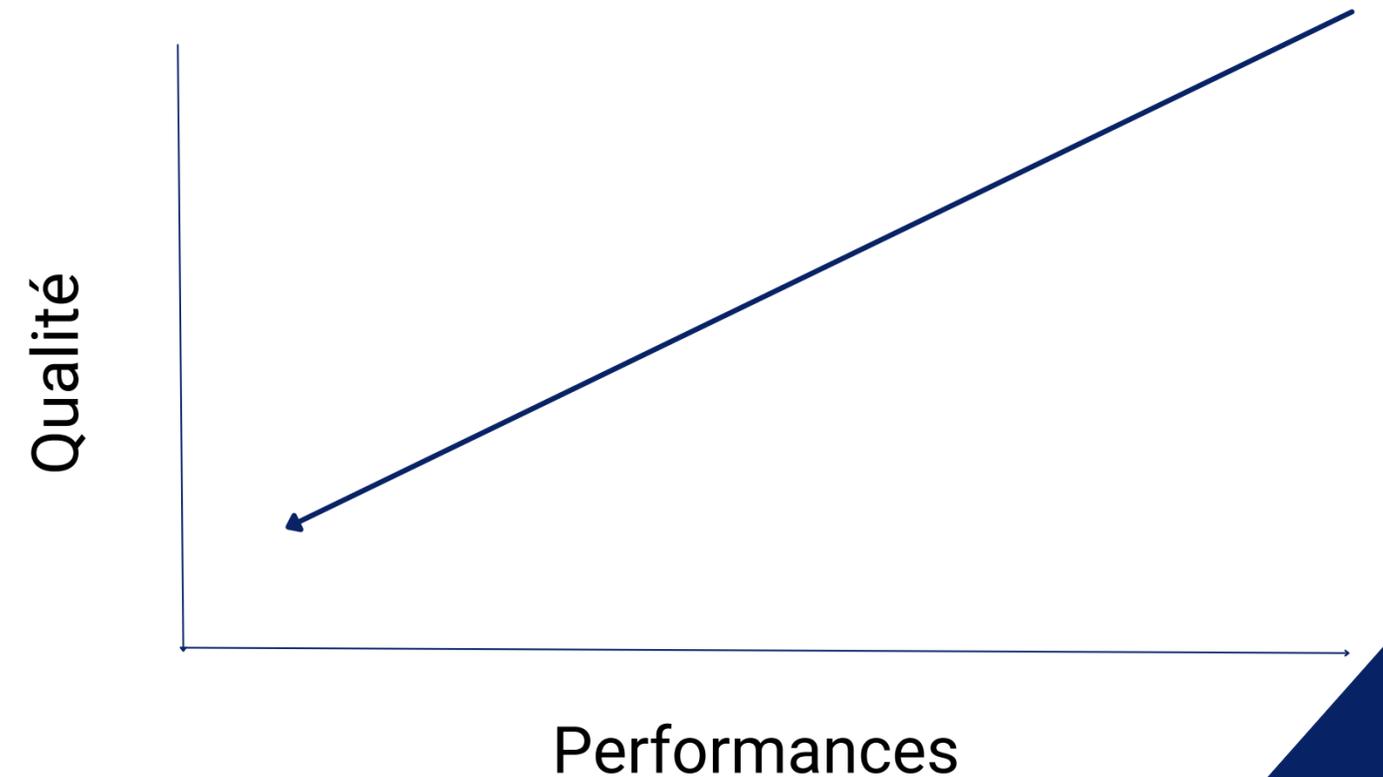
- Pas besoin de créer une liste de mots-clés
 - Google se base du contenu des pages de notre site web (possibilité de limiter les pages à analyser)
- Augmente la pertinence (travail sur le texte de l'annonce, requête et landing page)
- Gain de temps (plus rapide à mettre en place)
- Découverte de nouveaux mots-clés
 - Joue un rôle de filet pour améliorer nos listes de mots-clés (via les termes de recherche)



Campagnes Search

LEARNINGS - ADS ANALYSIS & EXTENSIONS

- Ads
 - Améliorer la qualité des annonces
 - Titres (Keyword Insertion) et Descriptions
 - Augmenter le nombre d'annonces
 - 1 RSA (Best Practice) par groupe d'annonces
- Extensions
 - Améliorer la qualité des extensions actuelles
 - Ajouter d'autres extensions
 - Extensions d'appels, de prix, etc.



Conversion Google Tag Manager





Conversions

POURQUOI RÉALISER UN SUIVI ?

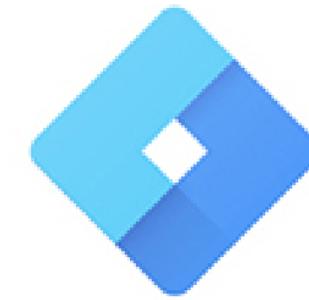
- Pouvoir observer les performances des campagnes
- Monitorer les campagnes + Donner des signaux à l'algorithme de Google Ads pour pouvoir optimiser par la suite les campagnes
 - Réaliser des optimisations aux campagnes
 - Augmenter les revenus





Campagnes Search

LEARNINGS - CONVERSION



Google
Tag Manager

- Configurer le compte GTM
 - Mettre en place des tags pour suivre les conversions
 - Création d'un compte client, achats, ...
 - Analyser les performances du site web
 - Améliorer les performances → Augmenter le revenu
- Possibilités d'aller plus loin en analysant l'espace "client"

nexuro.
Digital

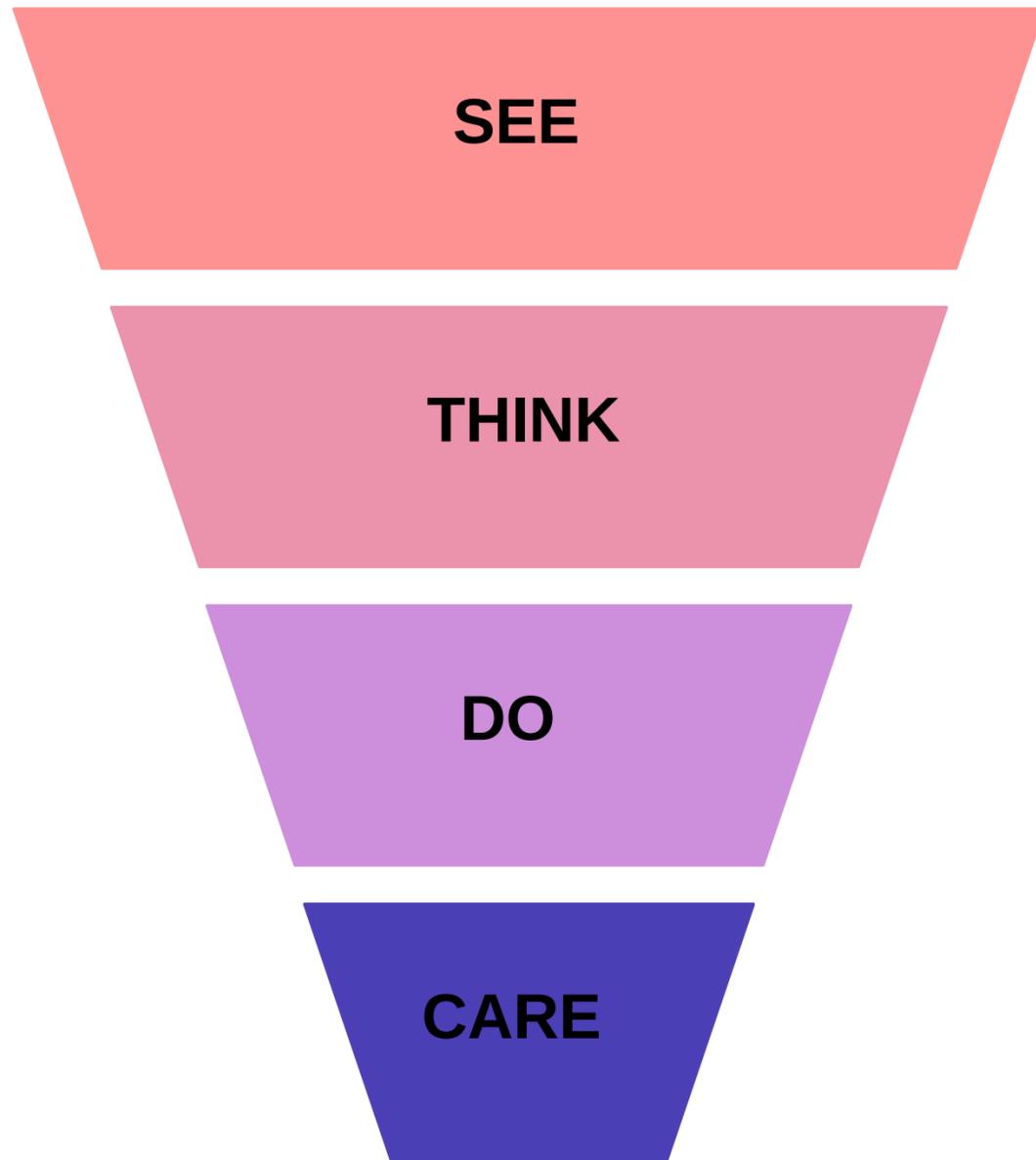
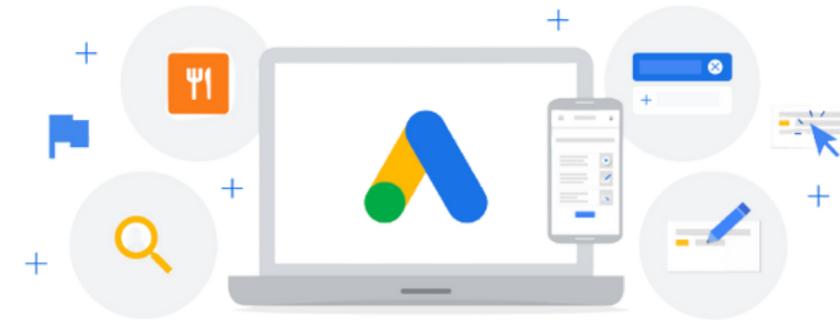
Display - Google Smart Campaigns





Campagnes Display

LEARNINGS - DISPLAY



Cible large de l'audience

Audiences démographiques
Optimisation basée sur l'impression

Audiences moyennes

Sur le marché et les audiences ciblées
Optimisation basée sur le trafic

Petit public

Audience de remarketing
Optimisation basée sur la conversion





Campagnes Display

LEARNINGS - DISPLAY - CIBLER DES SITES WEB STRATÉGIQUES

Campagnes de Prospection

Custom intent - Competitors

Affinité & Intérêts

- Augmenter le volume de trafic sur notre site web en utilisant les audiences “Custom Intent” et les “intérêts & affinités” sur Google Analytics, tout en excluant nos utilisateurs
 - **Ad format** : Responsive Display Ads (Best practice Google)

Campagnes de Remarketing

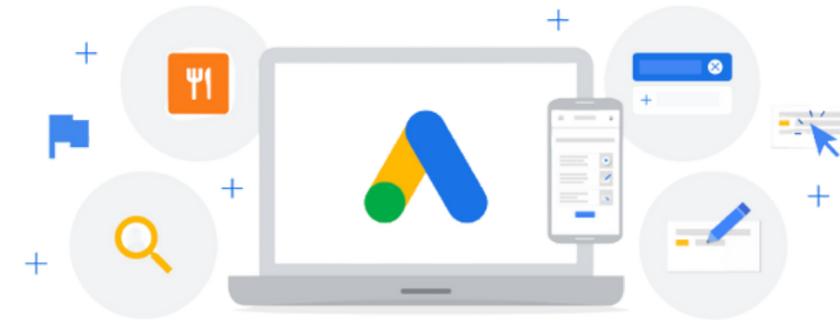
All Visitors

Leads chauds

- Re-cibler nos utilisateurs, ainsi que les personnes ayant démontré de l'intérêt auprès de notre marque en ayant effectué une action, comme “contact us”.
 - Ad format : Responsive Display Ads (Best practice Google)



Campagnes Display LEARNINGS - DISPLAY



Les campagnes Google Smart sont des campagnes publicitaires automatisées . qui utilisent l'intelligence artificielle pour déterminer:

- le meilleur moment
- le meilleur endroit pour diffuser les annonces,
- le type de publicité le plus efficace pour atteindre les objectifs de l'entreprise. Elles permettent également aux entreprises de suivre facilement leurs performances publicitaires et de comprendre comment améliorer leur stratégie publicitaire.

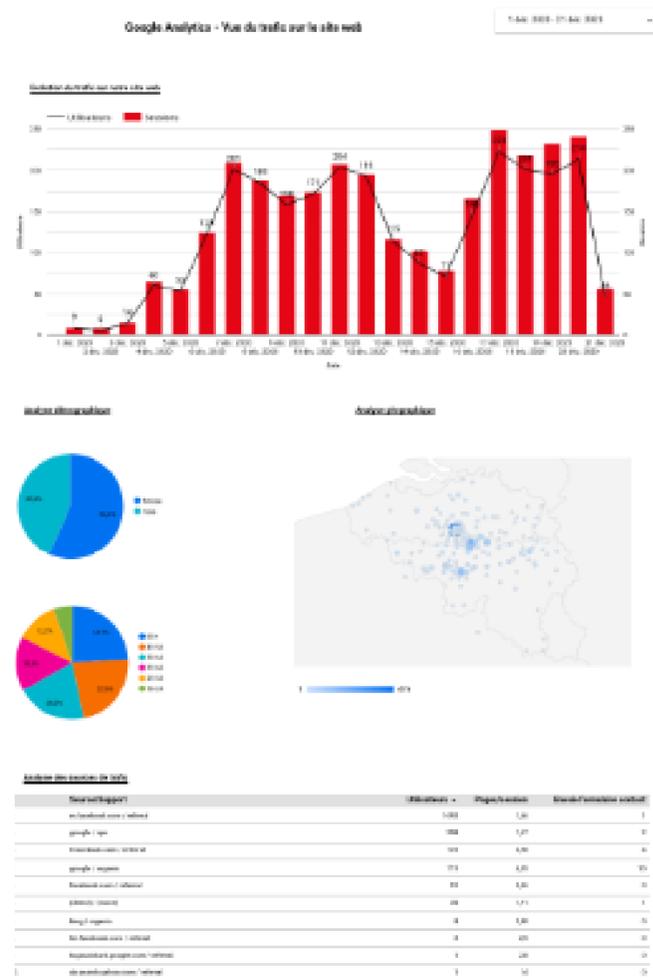


Dashboard





Dashboard MONITORER LES PERFORMANCES



- Visualisation rapide des performances
 - Voir rapidement les tendances, les points forts et les points faibles de vos campagnes, ainsi que les zones à améliorer.
- Personnalisation des données
 - Afficher les métriques et les indicateurs clés de performance (KPI)
- Gain de temps
 - Eviter d'avoir à naviguer dans différents rapports
 - Automatiser l'actualisation des données
- Prise de décisions plus éclairées
 - Fournir des données précises et en temps réel
- Collaboration facilitée
 - Partager avec des membres de votre équipe ou des partenaires externes

