

GFACTEUR
MARKETING

Mettez enfin
cet outil de
votre côté pour
Booster
Vos Affaires

Bizness  Machine



Sommaire

G, le facteur Marketing exposé !	3
1.1 Pourquoi ajouter Google à votre marketing ?	3
1.2 Comment utiliser Google pour stimuler vos affaires	5
Râtisser dans le trafic gratuit de Google	7
2.1 Comment fonctionne ce moteur de recherche.....	7
2.2 Choisissez vos mots-clés	8
2.3 Comment faire indexer votre site.....	10
2.4 Comment augmenter votre positionnement.....	12
2.5 Comment protéger votre position	14
2.6 Maximiser l'entonnoir de votre trafic.....	16
L'influence du PPC	18
3.1 Adwords expliqué	18
3.2 Comment fonctionne le programme Adwords	19
3.3 Comment réaliser une campagne profitable.....	20
3.4 Comment enchérir sur des mots-clés bien rémunérés	22
3.5 Astuces marketing.....	23
Gagner de l'argent avec Adsense	25
4.1 Générer un revenu additionnel.....	25
4.2 Comment obtenir le type d'annonce souhaité	26
4.3 Comment créer un compte Adsense	28
4.4 Comment construire des sites de contenu	29
4.5 Où intégrer les annonces Adsense pour un taux de clics maximum	31
Les outils complémentaires	33
5.1 Google Analytics :	33
5.2 L'analyseur de site	35
Conclusion	37
6.1 Avertissements.....	37
6.2 Quelques astuces pour combiner les programmes et amplifier vos affaires.....	38

G, le facteur Marketing exposé !

1.1 Pourquoi ajouter Google à votre marketing ?

Vous avez déjà entendu parler de [Google](#) et peut-être est-ce, comme pour près de 80 % des Internauts, votre moteur de recherche favori ! Mais saviez-vous que Google peut vous aider autrement que par la recherche d'informations ? Google peut également vous aider à largement augmenter les profits de votre entreprise.

Il existe deux manières par lesquelles Google aide les entrepreneurs à augmenter leurs résultats, avec [Google AdWords](#) et [Google AdSense](#). Ce sont deux programmes de publicité séparés qui fonctionnent néanmoins réellement ensemble, même si vous ne participez qu'à l'un des programmes.

Google AdWords est un programme de publicité «payée au clic » (Pay-Per-Click). Vous créez gratuitement un compte, rédigez l'annonce que vous souhaitez publier, choisissez vos mots-clés, placez votre budget puis vous activez la campagne. Google publie alors votre annonce dans les résultats de recherche correspondants aux mots-clés que vous avez choisis, mais également sur les sites Web aux contenus qui sont liés à vos mots-clés.

Chaque fois que quelqu'un clique sur votre annonce, vous êtes débité du montant que vous avez accepté de payer chaque clic, voire moins dans certains cas. Google fonctionne par pré paiement. Vous devez donc créditer votre compte avant de pouvoir activer votre campagne et la voir s'afficher.

Votre compte est débité à chaque clic enregistré et une fois le solde atteint, Google prélève automatiquement votre carte de crédit ou, si vous avez paramétré des prélèvements manuels, vous prévient par email que votre solde est épuisé. Option que je vous recommande, car cela peut aller très vite surtout si vous démarrez avec Google.

Créditez votre solde au minimum et faites vos tests, puis quand votre limite est dépassée créditez à nouveau votre compte. Ceci vous permet d'avoir une soupape de sécurité. Une fois que vous maîtriserez la gestion de vos campagnes et des coûts publicitaires vous pourrez faire créditer votre compte automatiquement.

C'est une des manières les plus efficaces d'avoir du trafic pour votre site et de créer une liste si vous envoyez ce trafic vers une page de capture

De l'autre côté se trouve Google AdSense. Google AdSense ne coûte rien, au contraire, il verse de l'argent aux propriétaires de sites de contenus qui placent un code AdSense sur leurs pages chaque fois qu'un de leurs visiteurs clique sur une des annonces publiées.

Avec Google AdSense, vous pouvez choisir le type et le design des annonces qui seront publiées sur votre site. Une fois que vous avez placé le code sur vos pages, Google génère des annonces appropriées au contenu de cette page afin que les annonces soient très fortement ciblées.

Les annonces qui sont proposées aux sites AdSense sont les annonces que les clients d'AdWords publient par le biais du programme AdWords, et ceci fait que les deux programmes fonctionnent bien et bel ensembles.

Comme vous pouvez le constater, vous pouvez joindre de paires ces forces avec d'un côté AdSense pour générer des revenus complémentaires et/ou AdWords pour générer plus de trafic vers votre site et pour le convertir ensuite en ventes additionnelles.

1.2 Comment utiliser Google pour stimuler vos affaires

Google facilite la stimulation des activités Internet grâce à : **Google AdSense, Google AdWords et en utilisant leur moteur de recherche en général**. Regardez ce que chaque programme de Google peut faire pour votre activité.

Google AdSense est un programme de publicité, qui permet à des propriétaires de site Web de s'inscrire - gratuitement - puis de placer le code d'annonce sur leurs pages Web. Ils gagnent de l'argent quand les gens qui visitent leurs sites Web cliquent sur les annonces de Google AdSense.

Les annonces d'AdSense qui sont servies sur vos pages sont appropriées au contenu éditorial de votre page. Bien que chaque clic ne paye pas énormément, de nombreux clics peuvent vraiment générer de l'argent. En fait, il y a beaucoup de personnes qui ne font rien d'autre qu'éditer des sites « AdSense » destinés à générer des clics sur les annonces AdSense et de ce fait un revenu.

Ces sites sont conçus avec un contenu censé attirer les annonces à haut rendement de Google AdSense, en visant les mots-clés les plus rémunérateurs. Quelques éditeurs de site Web se concentrent uniquement sur Google AdSense pour générer un revenu depuis leur site, d'autres l'ajoutent simplement pour produire un courant de revenus additionnels.

Google AdWords est un programme de publicité sur lequel les propriétaires de site payent. Ils créent un compte, gratuitement, rédigent une annonce, choisissent les mots-clés et le budget et puis laissent l'annonce tourner.

L'annonce apparaît dans les résultats de recherche quand quelqu'un effectue une recherche sur l'un des mots-clés choisis. Elle apparaît également sur les sites de contenus (sites AdSense) qui contiennent les mots-clés que vous avez choisis.

Une fois de plus, vous payez chaque clic que vous obtenez, mais vous constaterez qu'en employant Google AdWords, votre trafic augmente considérablement en quelques heures et que ceci aura naturellement comme conséquence une augmentation des ventes.

Enfin, en utilisant des techniques d'optimisation pour les moteurs de recherche, vous pouvez tirer profit du marketing de recherche naturel. Google est le moteur de recherche le plus populaire parmi les internautes et vous voulez certainement y obtenir le meilleur classement.

En optimisant et en faisant du marketing de recherche naturel, votre site Web apparaîtra plus haut dans les résultats de recherche et cela ne coûtera rien de plus que votre temps si vous réalisez l'optimisation vous-même.

Râtisser dans le trafic gratuit de Google

2.1 Comment fonctionne ce moteur de recherche

Bien que nous n'y réfléchissions pas habituellement, il est très important pour n'importe qui utilise AdSense, AdWords ou le marketing de recherche naturel pour leurs activités, de comprendre les principes de base qui conduisent le moteur de recherche de Google.

Il y a trois parties principales : Googlebot, Indexer et le processeur QUERY. Chacune de ces trois pièces est cruciale aux entreprises en ligne, que vous le croyiez ou non. Observons chacun de ces éléments pour voir comment ils fonctionnent.

Googlebot est l'araignée du moteur qui vient sur vos pages pour les capturer. Ce n'est pas une araignée réelle.

Googlebot fonctionne plutôt comme un navigateur web qui appelle un serveur en fonction de la page demandée et la télécharge. Simplement comme vous faites lorsque vous ouvrez votre navigateur internet, saisissez une adresse et la page se charge.

Googlebot, cependant, est dirigé par de nombreux ordinateurs et effectue cette tâche beaucoup plus rapidement qu'un utilisateur pourrait le faire depuis son ordinateur. Mais Googlebot ne sait pas qu'un site Web existe jusqu'à ce qu'une URL soit ajoutée dans le [formulaire d'enregistrement d'URL](#) ou jusqu'à ce qu'il trouve un lien dirigé vers ce site sur un autre site.

Quand Googlebot visite une page, il prend tous les liens de cette page et les met dans une file d'attente puis il répète ce processus maintes et maintes fois. Une

fois que Googlebot a trouvé un lien et a téléchargé la page, il remet cette page à l'Indexeur (Indexer).

L'indexeur stocke les pages dans la base de données de Google. L'indexeur classe alors toutes les pages dans sa base de données, alphabétiquement, en regardant tous les mots-clés liés aux pages. Il ne prête aucune attention aux filtres de mots communs de Google. Il prête uniquement son attention à un type plus important mots de mot-clé.

L'indexeur, après avoir indexé les pages, attend que le processeur QUERY de Google lui demande une liste de documents. Un mot-clé est donné au processeur QUERY, qui en retour demande à l'indexeur une liste de sites Web qui contiennent ce mot-clé.

L'indexeur fournit alors une liste des documents au processeur QUERY et le processeur QUERY présente cela à l'utilisateur qui a demandé le mot-clé.

Comme vous pouvez voir, chaque élément est important pour l'autre. Tout débute avec Googlebot qui trouve votre page Web liée à une autre page ou par l'enregistrement manuel de votre URL à visiter ici :

<http://www.google.fr/addurl/?continue=/addurl>

2.2 Choisissez vos mots-clés

Le choix des mots-clés à cibler pour le moteur de recherche n'est pas très difficile, mais il exige un certain niveau de recherche. En fait, beaucoup de personnes passent des heures par jour ou une semaine à la recherche des mots-clés parfaits. Mais cela ne doit pas vraiment prendre autant de temps.

L'idée derrière le choix des mots-clés à cibler pour les moteurs de recherche est de trouver ceux qui sont souvent recherchés.

Par exemple, si vous avez un site Web traitant de la perte de poids, vous recherchez et constatez que le mot-clé « maigrir » enregistre de très

nombreuses recherches mensuelles, vous pourriez penser que ce mot est un bon mot-clé.

Bien, la réponse à ça serait les deux oui et non. Oui, il y a de nombreuses personnes qui recherchent ce mot-clé, mais parce qu'il y a beaucoup de concurrence sur ce marché, cela peut ne pas être le bon mot-clé pour vous. Il vous faudra rétrécir le champ de votre mot-clé en le précisant.

Vous pouvez faire ceci en utilisant un outil tel que le générateur de mots-clés- de Google que vous trouverez à cette adresse :

<https://adwords.google.fr/select/KeywordToolExternal>

Il suffit de renseigner le mot-clé « maigrir » sur lequel vous souhaitez des informations, puis de saisir le code sécurité.

Vous voyez avec ce mot-clé, il y a presque un million de recherches.

Évidemment, ce mot-clé est très populaire. Mais en regardant un peu plus bas de cette liste, On peut voir que « comment maigrir », « recette pour maigrir » et « programme pour maigrir » obtiennent également un nombre élevé de recherches mensuelles.

En visant ces mots-clés plus focalisés, quoiqu'ils obtiennent un nombre inférieur de recherches, vous constaterez que vous obtiendrez moins de clics mais que vous effectuerez plus de ventes car vous vous adresserez à un groupe de personnes plus spécifique.

Ne visez pas systématiquement les mots-clés les plus recherchés. Un mot clé peut être intéressant et lucratif à partir de 300 recherches.

Dans notre exemple, regardez le mot-clé « comment bien maigrir », au jour de la rédaction de cet ouvrage les statistiques indiquent 590 recherches. Si votre produit est très ciblé vous pourriez enregistrer un nombre étonnant de commandes.

En résumé, choisissez une niche à forte demande puis réduisez votre marché en précisant votre mot-clé aussi spécifiquement que possible en utilisant les expressions recherchées dans cette niche. Vous vous positionnerez dans un marché plus ciblé et bien moins concurrentiel.

2.3 Comment faire indexer votre site

Vous devez faire en sorte que vos sites soient indexés par Google si vous voulez réussir. Vous avez probablement déjà entendu cela maintes et maintes fois. Vous avez même pu entendre des personnes dire à quel point c'est difficile et tout le travail que cela demande. Mais ce n'est pas nécessairement vrai, si vous savez quoi et comment faire.

Une fois que votre site Web est prêt, vous devez tout d'abord inviter Googlebot à venir le visiter pour l'indexer. Pour se faire il suffit de vous rendre à l'adresse ci-dessous et d'enregistrer votre URL, je vous recommande d'enregistrer toutes les pages que vous souhaitez faire voir à Google : <http://www.google.com/addurl>.

Avant que vous ne le fassiez, votre site Web doit être prêt. Assurez-vous que votre contenu a ciblé les mots-clés par lesquels vous souhaitez être trouvé par vos visiteurs au travers du moteur de recherche. Les mots-clés devraient être présents à hauteur de 2 à 6 % dans votre contenu. C'est ce que l'on appelle la densité de mots-clés.

Employez les diverses techniques d'optimisation pour les moteurs de recherche. Assurez-vous aussi que vos mots-clés sont utilisés dans le contenu réel de vos pages, mais également dans le titre de la page, dans les balises « Alt » des graphiques et des liens, dans le texte d'ancre pour des liens (texte visible du lien), et dans des vos balises Meta (balises d'entête HTML située entre les balises <Head> et </Head> de votre page).

Vous devez également vous assurer que vous avez un code HTML propre, que toutes vos pages sont liées ensemble et que vous n'employez aucune technique SEO de Black Hat (techniques bannies par Google pouvant entraîner l'expulsion de vos sites sur les pages de résultats ainsi que la suppression de vos comptes Google).

Alors cette méthode d'indexation peut s'avérer longue car Googlebot a des millions de pages web à aller visiter chaque jour et cela peut prendre du temps pour qu'il arrive enfin chez vous. Mais il y a une manière plus rapide d'être indexé dans Google, en utilisant tout simplement Google AdWords.

Avec Google AdWords, vous pouvez créer un compte gratuitement, mais rappelez-vous qu'il faudra créditer votre compte avant de publier votre campagne. Choisissez vos mots-clés, installez votre annonce, placez un budget, et activez la campagne. Vous devrez également définir combien vous êtes disposé à payer par clic, par mot-clé, etc.

Google commence alors à afficher vos annonces dans les pages de résultats affichées pour vos mots-clés. Vos annonces seront présentées dans la colonne de droite des pages de résultats.