

Et si vous passiez devant vos concurrents en un claquement de doigts ? Avec le référencement payant, vous boostez le trafic de votre e-commerce immédiatement.

Fonctionnement, astuces : voici tout ce que vous devez savoir sur le SEA !

Et si vous saisissez cette opportunité avec une formation Social Ads ?

Qu'est-ce que le référencement payant ?

Le référencement payant, ou SEA, permet de conquérir de nouveaux clients en quelques jours.

Grâce à l'achat de liens sponsorisés, le trafic d'un site augmente en un temps record. La valeur de ces liens dépend du CPC (Coût Par Clic).

Plus la requête est concurrentielle, plus vous devrez investir d'argent pour bien vous positionner. Le SEA produit des résultats immédiats, contrairement au référencement naturel.

Il s'agit donc d'un levier puissant pour se démarquer de la concurrence en e-commerce, notamment si vous venez de lancer votre site web.

Toucher rapidement son public cible

C'est en générant du trafic qualifié qu'un site augmentera sa popularité, mais aussi son chiffre d'affaires.

Le référencement payant cible précisément une catégorie de clients potentiels.

Il vous aide également à atteindre vos objectifs, qu'il s'agisse de :

- Faire connaître votre boutique en ligne
- Acheter vos produits
- Mettre en avant vos services

Le SEA s'applique aussi bien aux moteurs de recherche qu'aux réseaux sociaux grâce aux Social Ads.

Planifier une campagne SEA

Dans le cadre d'une stratégie SEA, il est nécessaire de planifier des annonces publicitaires. Si Google Ads est tout indiqué, ne misez pas que sur celui-ci.

D'autres canaux de diffusion présentent des opportunités intéressantes : Twitter, LinkedIn, Instagram, Tiktok, Snapchat, etc.

Pour les boutiques en ligne, n'hésitez pas aussi à découvrir Google Shopping.

Ces annonces seront diffusées à des moments stratégiques, en fonction des heures de fréquentation les plus élevées.

De cette manière, vous augmentez vos chances d'améliorer votre taux de conversion.

« La planification d'une campagne de référencement payant doit s'adapter au support choisi (moteur de recherche ou réseaux sociaux). Des rapports webanalytics permettront de déterminer les tranches horaires stratégiques. »

Choisir les meilleurs mots-clés pour une campagne Google Ads

Le choix de mots-clés est essentiel pour la réussite de votre campagne SEA.

Plusieurs outils en ligne vous aident à trouver les requêtes pertinentes, soit :

- Les requêtes longue traîne, plus précises
- Celles avec un taux de clics élevé
- Celles avec un volume de recherche important

La rédaction des annonces est tout aussi importante. Elles doivent inclure vos mots-clés et accrocher le lecteur.

La réalisation d'une étude de mots-clés est une étape incontournable du référencement payant.

C'est elle qui va vous indiquer les mots-clés utilisés par votre public cible et pouvant le toucher facilement.

Booster votre visibilité avec la publicité sociale

La publicité sociale propose des opportunités de diffusion publicitaires intéressantes vous permettant de bâtir une campagne complète et diversifiée :

- **Sur Twitter** : Tweets sponsorisés, sponsoring de comptes et de tendances permettent de cibler des professionnels tout en boostant la visibilité de vos tweets
- **Sur LinkedIn** : Sponsoring des posts de votre page entreprise, Lancement de campagnes de Texts Ads ou d'Inmails sponsorisés, ou encore de vidéos sponsorisés pour toucher vos cibles BtoB !
- **Facebook et Instagram** vous permettent de diffuser en sponsoring vos posts, vos vidéos, vos visuels, mais également vos produits e-commerce par leur plateforme publicitaire
- **TikTok** vous permet de cibler le marché des jeunes au travers de 4 formats innovants
 - **Campaign Heater** : un format vidéo in-feed permettant de rediriger du trafic vers une Landing Page
 - **Fanbase Booster** : un format vidéo in-feed également mais cette fois-ci uniquement orienté pour faire grandir votre compte TikTok de marque
 - **Hashtag challenge** : la promotion d'un hashtag pendant 6 jours.
 - **Splash Page** : permet de diffuser une image ou courte vidéo (un peu sous forme de storie) pendant 3 à 5 secondes lorsque l'internaute ouvre l'application mobile.
- **Les Snapchat Ads** permettent de diffuser une publicité par un encart de 10 secondes. Les Snapchat Ads viennent se glisser entre les Stories des amis de l'utilisateur. Très créatives, ces campagnes peuvent également vous permettre de communiquer autour d'un événement avec les Geofiltres sponsorisés : Un filtre photo ou vidéo, qui apparaît sur les utilisateurs de Snapchat selon leur géolocalisation. Idéal pour des événements locaux (conférences, festivals, etc.), ou bien de mettre en avant des filtres interactifs, que les utilisateurs de Snapchat peuvent utiliser pour déformer leurs photos ou vidéos avec les Lenses sponsorisés.

Suivre une campagne de référencement payant

L'optimisation d'une campagne SEA ou de Social Ads implique un suivi quotidien des statistiques. Celles-ci vous permettront notamment :

- D'identifier les meilleures annonces
- De réajuster le ciblage
- De vérifier la qualité de vos contenus

Vous pourrez ainsi apporter les corrections nécessaires afin d'améliorer encore vos résultats.

Suivre l'évolution de votre campagne est primordial pour sa réussite. Vous adapterez ainsi le référencement payant de votre e-commerce grâce aux données collectées.

Référencement payant : les prestations de notre agence

L'équipe Expertisme met ses compétences en SEA à votre service. Sur notre site, nous vous proposons :

- Un large choix de prestations SEA, dont le référencement Google Shopping
- Une formation Google Adwords
- Une formation pour réussir ses campagnes Facebook Ads

L'avis de l'expert en référencement payant



Rapide à mettre en place, le référencement payant améliore la visibilité d'un site sous un délai très court, ce qui est très appréciable au lancement d'un nouveau site internet. Toutefois, un suivi quotidien est nécessaire pour réajuster la campagne et s'assurer du ciblage.

Vous souhaitez optimiser le SEA de votre e-commerce ? Nous sommes à l'écoute de votre projet.