Premiers pas avec la nouvelle interface AdWords

Description des modifications ayant trait à la gestion des campagnes

Introduction et présentation générale

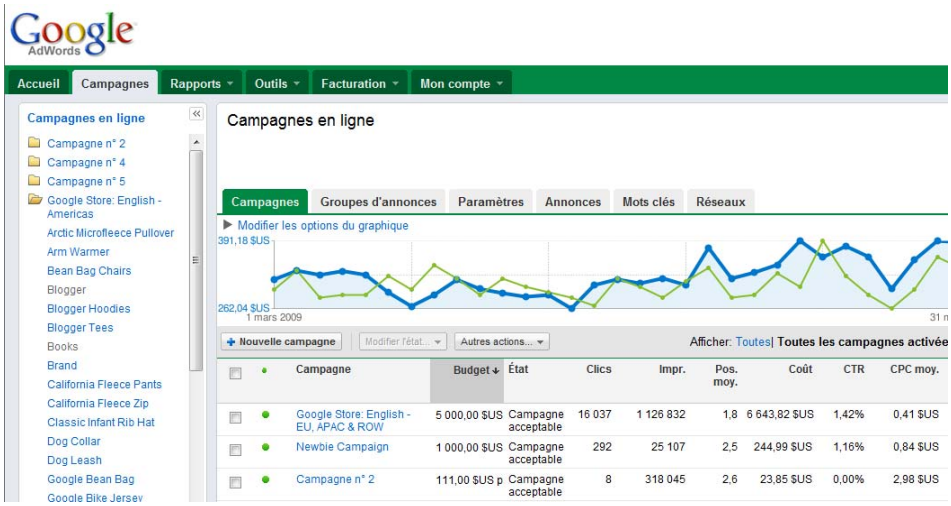
Si AdWords a évolué, c'est grâce à vous ! Depuis 2005, nous avons ajouté plus de 20 outils et 10 rapports afin de rester en phase avec les nouvelles façons dont nos annonceurs utilisent AdWords.

Récemment, nous avons décidé d'examiner attentivement la façon dont les annonceurs gèrent leurs campagnes et de recueillir leurs impressions, afin d'identifier les éléments susceptibles de bénéficier d'améliorations. Le résultat : une nouvelle interface AdWords.

Principales mises à jour de l'interface :

La nouvelle interface présente un nombre élevé de modifications mineures ayant trait à la gestion des campagnes. Voici les principales nouveautés :

- **Une consultation plus aisée du compte** grâce à une arborescence actualisée
- **La modification instantanée** des mots clés, enchères, annonces et emplacements
- **Des rapports intégrés** sur les pages de gestion des campagnes
- **Des vues d'ensemble** de tous les mots clés, annonces et emplacements d'une campagne
- **Un filtrage rapide** vous permettant de vous concentrer sur les données qui vous intéressent le plus
- **Des graphiques de synthèse des performances** offrant un suivi rapide des tendances



Notre objectif est de vous permettre d'effectuer plus facilement les tâches courantes que vous réalisez dans votre compte. Cela se traduit par :

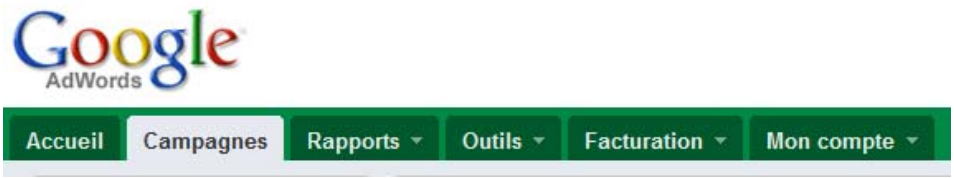
- Des options d'affichage des données plus nombreuses et le moyen de trouver les outils adéquats au moment opportun
- Une consultation plus rapide du compte
- Un processus de modification plus simple des mots clés, annonces, enchères et emplacements
- Des statistiques et rapports contextuels plus détaillés afin d'avoir un meilleur aperçu de l'état du compte

Ce guide vous permettra de commencer à utiliser la nouvelle interface AdWords en toute sérénité. Il présente les principales fonctionnalités que vous allez découvrir en consultant votre compte.

I. Consultation du compte

Onglets

Lorsque vous accéderez pour la première fois à votre compte dans la nouvelle interface, vous constaterez un changement au niveau des onglets situés en haut de la page.



© Copyright 2009. Google est une marque de Google Inc.

Un nouvel onglet "Outils" vous permet d'accéder à la page "Outils" de votre compte. Vous avez toujours accès au même groupe d'outils, bien que certains d'entre eux soient désormais intégrés dans l'onglet "Campagnes" de la nouvelle interface.

L'onglet "Mon compte" vous permet de consulter et de modifier les préférences de votre compte et les paramètres d'accès à votre compte. Quant à l'onglet "Facturation", il vous permet d'accéder aux pages "Récapitulatif de facturation" et "Préférences de facturation".

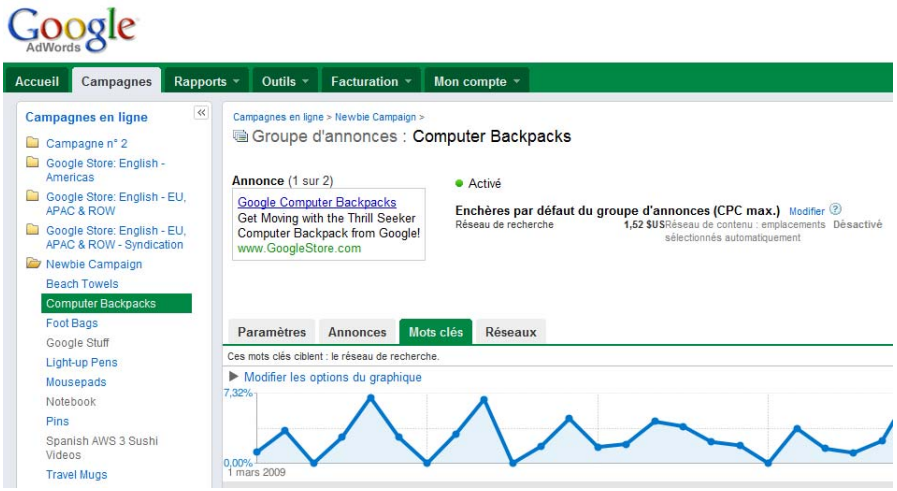
Le seul onglet dont le contenu a été modifié est l'onglet "Campagnes". Les pages accessibles depuis les autres onglets ainsi que les liens situés sous ces derniers n'ont pas changé.

Consultation à l'aide de l'arborescence de compte

Sur le côté de la page, une arborescence similaire à l'arborescence de compte d'AdWords Editor vous permet de consulter votre compte.

Conseils relatifs à la consultation du compte

- L'arborescence de compte vous permet d'accéder rapidement à une campagne ou un groupe d'annonces actif dans votre compte.
- Utilisez les nouvelles vues d'ensemble par onglet afin d'obtenir les listes de tous les groupes d'annonces, mots clés, emplacements et annonces d'une campagne spécifique ou de votre compte.
- Des libellés présents en haut de chaque page vous permettent de vous situer dans votre compte. Cliquez sur un lien pour revenir à un niveau précédent.



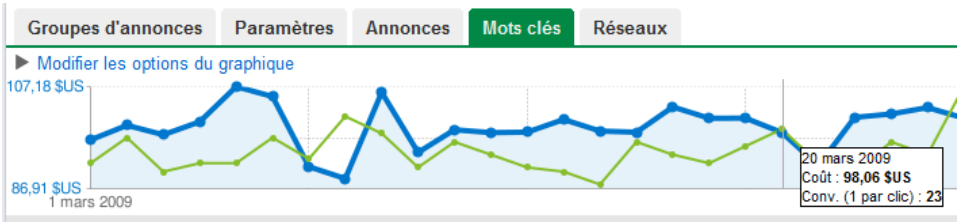
Cette arborescence vous permet d'accéder rapidement à une campagne ou un groupe d'annonces, à partir de n'importe quelle page de votre compte.

Sachez, par ailleurs, que vous avez toujours la possibilité de consulter votre compte en cliquant sur les liens situés en haut des pages de gestion des campagnes ou dans les tableaux.

II. Contrôle des performances

Graphiques de synthèse des performances

Vous pouvez obtenir un aperçu des tendances de vos performances grâce aux graphiques mis à jour disponibles sur plusieurs pages de votre compte.



Sélectionnez jusqu'à deux paramètres afin d'obtenir une représentation graphique simultanée de leurs performances sur la période de votre choix. Si vous souhaitez dégager de l'espace sur votre écran pour gérer vos données, vous pouvez masquer entièrement les graphiques à l'aide du menu "Filtre et affichage".

© Copyright 2009. Google est une marque de Google Inc.

Vues d'ensemble au niveau de la campagne et du compte

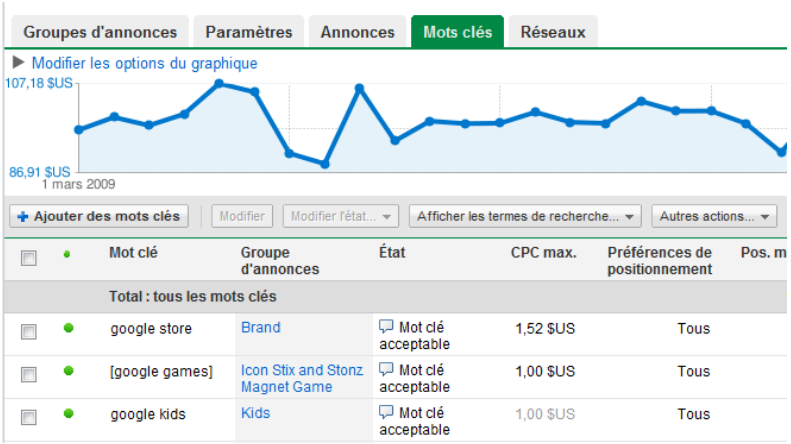
Vous bénéficiez désormais d'une plus grande flexibilité pour l'affichage et le tri des annonces et mots clés de votre compte. De nouveaux onglets vous sont ainsi proposés lorsque vous affichez une campagne ou toutes les campagnes en ligne de votre compte : "Groupes d'annonces", "Paramètres", "Annonces", "Mots clés" et "Réseaux" (voir description ci-après).

Cliquez sur les onglets "Mots clés", "Réseaux" ou "Annonces" afin d'afficher tous les mots clés, emplacements ou annonces au niveau sélectionné. Vous pouvez ainsi trier ou filtrer facilement les données des groupes d'annonces sur la base de paramètres clés afin de vous concentrer sur des éléments spécifiques très ou peu performants.

Par exemple, vous pouvez cliquer sur l'onglet "Mots clés" au niveau du compte, puis trier tous vos mots clés par coût/conversion afin d'identifier ceux qui sont les plus efficaces pour tous vos groupes d'annonces. Ensuite, vous pouvez envisager d'augmenter vos enchères pour ces mots clés ou de regrouper ces derniers dans une seule campagne associée à un budget quotidien spécifique.

Affichage des statistiques de performances

- Les vues d'ensemble par onglet de votre compte vous permettent d'obtenir un aperçu rapide des éléments qui requièrent toute votre attention.
- Lorsque vous consultez les vues d'ensemble par onglet, utilisez l'arborescence afin de basculer rapidement entre les listes complètes de mots clés, d'annonces et d'emplacements des différentes campagnes.
- Utilisez conjointement les filtres et les vues d'ensemble par onglet afin d'afficher tous les mots clés, emplacements et annonces répondant aux critères spécifiés.
- Utilisez l'option "Afficher les termes de recherche" afin de trouver des idées de mots clés à exclure dans les recherches peu performantes.



L'utilisation des vues d'ensemble par onglet pour consulter les éléments de votre compte peut vous permettre d'améliorer vos performances globales.

Filtres

Vous pouvez désormais définir des filtres pour vos données, afin d'afficher uniquement les annonces, les mots clés ou les emplacements respectant les règles de gestion que vous avez fixées.

Pour définir un ou plusieurs filtres, sélectionnez "Créer un filtre" sous "Filtre et affichage". Par exemple, pour trouver des opportunités prometteuses d'augmentation de votre chiffre d'affaires, filtrez les mots clés de votre compte dont le taux de conversion est élevé et dont le coût est faible. Vous pouvez également filtrer les emplacements sur le réseau de contenu dont le coût par conversion est faible et qui génèrent peu d'impressions.

L'utilisation conjointe des filtres et des vues d'ensemble par onglet constitue un moyen efficace de concentrer votre attention sur les sections les plus importantes de votre compte, quel que soit le groupe d'annonces concerné.

Rapports intégrés

Vous pouvez désormais accéder plus facilement aux rapports, lesquels offrent des informations plus détaillées sur les emplacements sur lesquels vos annonces sont diffusées.

© Copyright 2009. Google est une marque de Google Inc.

Dans l'onglet "Mots clés", sélectionnez les mots clés de votre choix, puis cliquez sur "Afficher les termes de recherche" afin de consulter un rapport intégré sur les requêtes de recherche. Ce rapport fournit les statistiques de performances des termes de recherche ayant déclenché la diffusion de vos annonces. Pour pouvoir améliorer la qualité de votre trafic, il vous suffit alors d'ajouter ces termes comme mots clés standard ou à exclure.

Conseils relatifs aux modifications :

- Utilisez la fonctionnalité de modification instantanée afin de modifier votre compte.
- Pour modifier plusieurs mots clés, emplacements ou enchères, sélectionnez-les, puis cliquez sur le bouton "Modifier" afin d'effectuer des modifications multiples.
- Vous souhaitez tester vos mots clés dans un autre groupe d'annonces ? Utilisez le bouton "Copier" afin d'effectuer cette opération en quelques clics.
- Utilisez le bouton "Télécharger" pour exporter des éléments dans un fichier .csv et effectuer des modifications hors connexion.

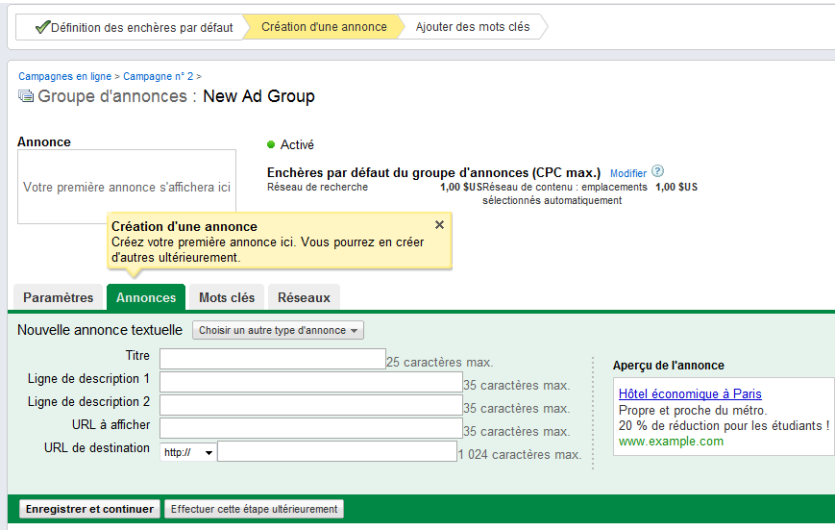
Vous voulez savoir comment les performances de vos mots clés varient en fonction du type de correspondance ? Sélectionnez la nouvelle option "Segmenter par type de correspondance de requête" du menu "Filtre et affichage" pour comparer les performances de vos mots clés en fonction du type de correspondance (requête large, mot clé exact et expression exacte).

Afin de gérer plus efficacement le réseau de contenu, cochez la case "Emplacements sélectionnés automatiquement" dans l'onglet "Réseaux". Vous pouvez ainsi identifier les sites et URL du réseau de contenu qui ont diffusé vos annonces, comme dans le rapport sur les performances des emplacements (voir description ci-après).

III. Ajouts et modifications

Processus de création mis à jour

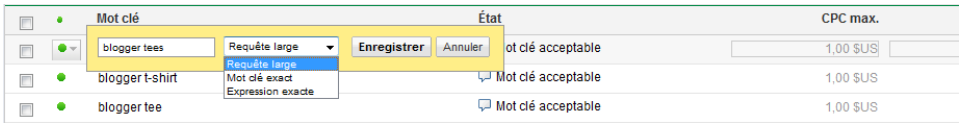
Nous avons également mis à jour le processus de création de campagne et de groupe d'annonces, afin de vous offrir une plus grande flexibilité lorsque vous développez votre compte.



Vous pouvez créer des annonces, ajouter des mots clés et définir des enchères dans l'ordre de votre choix. Ces ajouts sont effectués dans les onglets que vous utiliserez pour gérer votre campagne ou votre groupe d'annonces une fois le processus de création terminé. Si vous préférez recourir à une autre méthode, vous pouvez utiliser un processus de création sur une page afin de créer encore plus rapidement vos groupes d'annonces.

Modification instantanée

Modifiez rapidement votre compte grâce à la fonctionnalité de modification instantanée. Il vous suffit de cliquer sur un élément modifiable de votre compte et de l'éditer directement, sans accéder à une page distincte.



© Copyright 2009. Google est une marque de Google Inc.

Par exemple, vous pouvez cliquer sur un mot clé afin de le modifier ou d'en changer rapidement le type de correspondance.

IV. L'onglet "Réseaux" et les emplacements sélectionnés automatiquement

L'onglet "Réseaux"

L'onglet "Emplacements" de l'interface AdWords précédente a été remplacé par l'onglet "Réseaux". Ce dernier vous offre un récapitulatif des statistiques de performances de vos annonces sur le réseau de recherche Google, sur les sites partenaires du réseau de recherche et sur le réseau de contenu Google.

Campagnes | Groupes d'annonces | Paramètres | Annonces | Mots clés | Réseaux

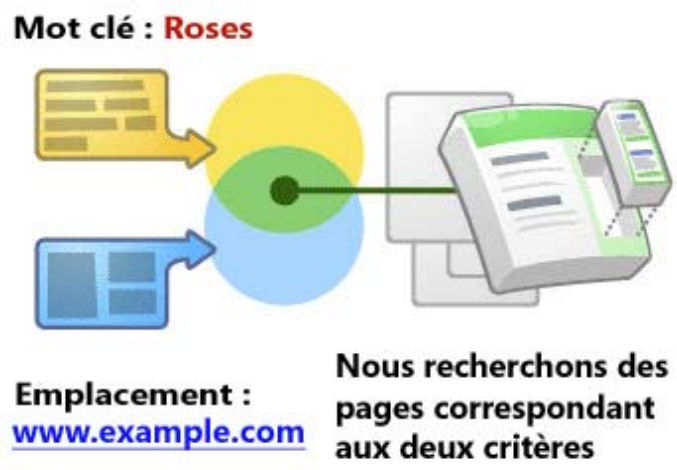
	Clics	Impr.	CTR	CPC moy.	Coût
Réseau de recherche	711 437	24 697 746	2,88%	0,40 $US	281 235,33 $US
Recherche Google	708 771	24 592 978	2,88%	0,40 $US	280 661,63 $US
Partenaires du réseau de recherche	2 666	104 768	2,54%	0,22 $US	573,70 $US
Réseau de contenu	348 523	377 031 127	0,09%	0,19 $US	67 409,64 $US
Emplacements gérés afficher les détails	0	31 644	0,00%	0,00 $US	0,00 $US
Emplacements sélectionnés automatiquement afficher les détails	348 523	376 999 483	0,09%	0,19 $US	67 409,64 $US
Total - tous les réseaux	**1 059 960**	**401 728 873**	**0,26%**	**0,33 $US**	**348 644,97 $US**

Vous pouvez également utiliser cet onglet pour consulter des rapports, au niveau du domaine et de l'URL, concernant les emplacements sur le réseau de contenu sur lesquels vos annonces ont été diffusées, et gérer ces derniers.

Dans l'onglet "Réseaux", les statistiques du réseau de contenu sont désormais divisées en deux groupes : les emplacements gérés et les emplacements sélectionnés automatiquement.

Emplacements gérés

Commençons par expliquer le concept d'emplacement géré. Voici un bref rappel de la façon dont les mots clés et les emplacements gérés interagissent :



Si votre groupe d'annonces contient des mots clés, nous utilisons toujours ces derniers pour effectuer un ciblage contextuel de vos annonces sur les pages du réseau de contenu.

Par exemple, si vous utilisez le thème de mot clé "roses" dans votre groupe d'annonces, vos annonces seront uniquement diffusées sur les pages du réseau de contenu liées aux roses. Si vous ajoutez, ensuite, un emplacement géré à votre groupe d'annonces, le fonctionnement de cet emplacement sera différent selon les paramètres de votre campagne.

Conseils relatifs à l'onglet "Réseaux"

- Lorsque vous utilisez des mots clés dans le cadre d'un ciblage contextuel, vos emplacements sélectionnés automatiquement désignent les sites du réseau de contenu sur lesquels vos annonces ont été diffusées. Vos mots clés continueront à cibler vos annonces sur tous les emplacements gérés que vous avez ajoutés.
- Utilisez la liste des emplacements sélectionnés automatiquement pour trouver de nouveaux emplacements gérés.
- Optimisez vos performances en définissant des enchères uniques pour les emplacements gérés.
- Si un emplacement est peu performant, envisagez de réduire son enchère avant de l'exclure.
- Envisagez d'exclure un emplacement s'il enregistre régulièrement de mauvaises performances ou s'il n'atteint pas vos autres objectifs commerciaux.
- Pour être sûr d'enregistrer un volume de clics suffisant, essayez de diffuser vos annonces sur l'intégralité du réseau de contenu et de surveiller le trafic vers vos emplacements gérés avant de limiter votre campagne.

© Copyright 2009. Google est une marque de Google Inc.

Si vous avez choisi de diffuser vos annonces sur des pages pertinentes sur l'intégralité du réseau, vos emplacements gérés n'auront pas d'incidence sur les pages susceptibles de diffuser vos annonces. En revanche, l'ajout d'un emplacement géré vous permettra de définir une enchère spécifique pour cet emplacement. Associez des enchères plus élevées aux emplacements pour lesquels vous souhaitez augmenter le trafic, et réduisez les enchères pour les emplacements qui n'atteignent pas vos objectifs de performances.

Si vous avez choisi de diffuser vos annonces sur des pages pertinentes, mais uniquement sur des emplacements que vous gérez, l'ajout d'un emplacement géré augmente le nombre de pages du réseau de contenu susceptibles de diffuser vos annonces. Toutefois, vos annonces seront uniquement diffusées sur les emplacements gérés qui correspondent aux thèmes de votre liste de mots clés. Si votre groupe d'annonces ne contient aucun mot clé, vos annonces peuvent apparaître sur n'importe quelle page, sur les emplacements gérés que vous avez ajoutés.

Emplacements sélectionnés automatiquement

Les emplacements sélectionnés automatiquement sont les parties pertinentes du réseau de contenu, d'un point de vue contextuel, où nous avons diffusé vos annonces. Dans l'interface AdWords précédente, si vous souhaitiez connaître la liste de ces emplacements, vous deviez générer un rapport sur les performances des emplacements dans le Centre des rapports. Désormais, la nouvelle interface vous permet de consulter directement ces emplacements dans l'onglet "Réseaux". Le meilleur moyen de trouver des emplacements gérés à ajouter à votre groupe d'annonces consiste à consulter vos emplacements sélectionnés automatiquement.

Réseau de contenu : emplacements sélectionnés automatiquement

Gérer l'emplacement et l'enchère | Exclure les emplacements | Afficher le rapport sur les URL | Télécharger

	Domaine	Campagne	Groupe d'annonces	Clics	Impressions
	Total			359	2 085 564
☑	netlog.com	Slovenian	Online Advertising	15	582 880
☐	huuto.net	Finnish	FI Marketing	6	251 988

Utilisez vos emplacements sélectionnés automatiquement pour identifier les parties du réseau de contenu qui affichent les meilleures performances. Ces précieuses données vous permettent de prendre rapidement les mesures qui s'imposent. Cliquez sur le bouton "Gérer l'emplacement et l'enchère" pour ajouter un emplacement sélectionné automatiquement à votre liste d'emplacements gérés et définir une enchère personnalisée.

Pour vous assurer que vos annonces ne seront plus diffusées sur un emplacement spécifique, cliquez sur le bouton "Exclure des emplacements" afin d'exclure définitivement cet emplacement de votre campagne ou groupe d'annonces.

L'onglet "Réseaux" vous permet d'accéder à un certain nombre d'outils et rapports avancés. Utilisez ces nouvelles options pour en apprendre davantage sur votre campagne publicitaire diffusée sur le réseau de contenu, puis apportez les modifications nécessaires afin d'améliorer sensiblement vos performances globales.

V. Envoi de commentaires

La nouvelle interface AdWords vous permettra de gérer encore plus efficacement vos campagnes AdWords, tout en continuant à respecter les objectifs commerciaux que vous vous êtes fixés. Sachez, en outre, que nous nous efforçons en permanence d'améliorer le service AdWords. C'est pourquoi nous vous invitons à nous envoyer vos commentaires sur la nouvelle interface via le lien "Envoyer un commentaire" situé dans l'angle supérieur droit de votre compte.

| Interface précédente | Envoyer un commentaire | Aide | Déconnexion

Vos commentaires seront directement transmis à l'équipe chargée du développement du service AdWords. Nous lisons chacun des commentaires reçus et nous appuyons sur vos impressions pour décider des prochaines modifications à apporter.

Nous vous remercions d'avoir pris un peu de votre temps pour en apprendre davantage sur la nouvelle interface AdWords. Nous espérons que vous la trouverez plus claire et plus efficace, et que les modifications apportées vous permettront de tirer le meilleur profit de vos campagnes.

© Copyright 2009. Google est une marque de Google Inc.