

Google Ad Grants est un programme philanthropique mondial qui permet à plus de 35 000 organisations à but non lucratif d'étendre leurs messages de service public sur internet et de générer plus d'impact avec 10 000 \$ par mois de publicité sur le moteur de recherche Google.

Si vous débutez avec AdWords, accédez à la plateforme **Google Academy of Ads (anglais)** pour découvrir les principes de base d'AdWords. Cette directive vous guidera à travers les composants clés du programme Ad Grants.

Astuces d'optimisation

1. Assurez-vous que le compte est conforme aux politiques du programme et aux exigences de structure de compte.

2. Comprendre les objectifs marketing de l'organisation et ce qu'il faut accomplir avec les visiteurs sur le site Web (dons, inscriptions des bénévoles, organisation d'événements, etc.) et adapter votre stratégie en fonction.

3. Utilisez le suivi des conversions et Google Analytics pour mesurer l'impact et optimiser le compte afin de tirer le meilleur parti du budget Ad Grants.

4. Analysez et développez votre stratégie au fil du temps en fonction de la performance de vos campagnes.

Plus d'astuces sur goo.gl/8wa4oD

Ressources Ad Grants

Centre d'aide (goo.gl/6J4GBJ)

Tout ce que vous devez savoir sur le programme Ad Grants pour gérer efficacement votre compte Ad Grants.

Forum d'échange (goo.gl/ncvMnK)

Le forum de la communauté qui vous mettra en relation avec des experts.

Compte suspendu ?

Demande de réactivation

(goo.gl/if1Xxw)

Formulaire qui vous permet de faire une demande auprès de nos équipes. Veillez à bien suivre les conseils et bonnes pratiques énumérés sur ce document !



Les limites du programme

- ✓ Budget mensuel maximum de \$10,000 (\$329 par jour)
- ✓ CPC maximum de \$2.00 (ou utilisez les enchères automatiques pour conversions)
- ✓ A utiliser uniquement pour les campagnes sur Google.fr avec un ciblage par mot clé



La structure de compte à minima

- Dans la **section Campagne**, assurez-vous d'avoir au minimum:
 - ✓ 1 campagne du réseau de Recherche active
 - ✓ 2 groupes d'annonce actifs
 - ✓ 2 annonces textuelles actives par groupe d'annonce
- Dans la **section Annonces et Extensions**, cliquez sur l'**onglet Extensions**. Y a-t-il 2 liens annexes approuvés?
- Dans la section Zones, assurez-vous d'avoir un ciblage géographique cohérent et actif pour chaque campagne.



La stratégie des mots-clés

- Dans la **section Mots clés**, analysez les mots clés pour mettre en pause ceux qui performant moins bien
 - ✗ Mots clés avec un seul mot, sauf exceptions => (goo.gl/KScWHq)
 - ✗ Mots clés génériques, comme "solidarité paris", "cours du soir"...
 - ✗ Mots clés actifs avec un score de qualité de 1 ou de 2
 - ✗ Grand volume d'impression mais peu de clics, règle du taux de clic > 5% (goo.gl/ipsN55)
- Dans la **section Mots clés**, identifiez les top termes de recherche qui déclenchent vos annonces mais qui ne sont pas pertinents pour vos objectifs marketings. Ajoutez ces termes de recherche dans les **Mots clés à exclure**.
- Autres choses à prendre en compte: créez une campagne avec le nom de votre association, regroupez vos listes de mots clés par champ sémantique dans des groupes d'annonces distincts, utilisez l'**outil de Planification** (goo.gl/8DHGBE) des mots clés pour trouver des mots clés pertinents pour vous.



Le suivi des résultats et optimisation

- Configurez** le **suivi des conversions** en visitant la section **Statistiques > Conversions** pour mesurer l'impact de vos campagnes. Info techniques => goo.gl/AuDTto
- Si vous constatez des taux de conversion faibles, revoyez les pages de destination pour vous assurer que le contenu du site Web est pertinent par rapport aux mots clés et aux annonces auxquels ils sont associés. Assurez-vous que votre site internet est conforme à la politique du programme Ad Grants => goo.gl/xErBmq
- Après un mois d'activation de vos campagnes, pensez à modifier la stratégie d'enchères pour les campagnes afin de maximiser les conversions, le CPA cible (goo.gl/E4ViyY) ou le ROI cible (goo.gl/NeKaPB). Ces stratégies d'enchères basées sur la conversion ne sont pas soumises à la limite de \$2.00 des enchères
- Visitez régulièrement la **section Recommandation** afin de trouver d'autres moyens pour améliorer la performance de vos annonces.