

Essai Google AdWords pour mon blog

Stéphane Bortzmeyer

<stephane+blog@bortzmeyer.org>

Première rédaction de cet article le 3 février 2011. Dernière mise à jour le 9 février 2011

<https://www.bortzmeyer.org/google-adwords.html>

Ne soyez pas surpris, chers lecteurs, si vous avez vu apparaître des pubs pour ce blog, au hasard de vos pérégrinations sur le Web. C'est parce que j'ai reçu un crédit pour utiliser le service Google AdWords et que cela faisait longtemps que je voulais le tester.

Le crédit en question était inclus dans un numéro de la revue « E-commerce, le magazine ». 50 € offerts aux lecteurs. Cela permet de jouer un moment.

Le principe de Google AdWords est que vous payez Google pour afficher des pubs, et Google les dispose dans les pages de résultats de son moteur de recherche, dans la rubrique Annonces. Il existe aussi une offre Google pour héberger des publicités sur son site, AdSense mais, rassurez-vous, il n'est pas prévu de mettre de la pub sur www.bortzmeyer.org.

L'affichage de la pub AdWords dépend des mots-clés tapés, de la provenance géographique du client, etc. Le choix de ces mots-clés est tout l'art de Adwords! Par défaut, vous payez automatiquement à chaque fois que Google décide d'afficher la publicité donc prudence avec le « paiement automatique » qui est le cas par défaut! J'ai choisi au contraire le « paiement manuel » et, dans ce cas, Google ne dépense que ce qu'on a déjà payé (et arrête d'envoyer la publicité après). Cela semble donc la bonne méthode pour tester les 50 € sans risquer d'aller plus loin.

Lorsqu'on crée une campagne avec AdWords, on peut choisir un très grand nombre de paramètres (heureusement qu'il y a des valeurs par défaut car ce nombre est vraiment grand). Par exemple, on peut choisir les pays dans lesquels la publicité sera affichée. Malheureusement, le choix est purement sur une page géographique (pays ou bien région comme « Europe occidentale ») et ne peut pas se faire sur des critères linguistiques (du genre « tous les pays francophones »). La seule solution que j'ai trouvé était d'ajouter un par un tous les pays francophones auxquels je pensais (puis de rajouter le critère linguistique comme filtrage dans AdWords pour ne pas embêter les non-francophones dans les pays multilingues comme le Canada). (Par la suite, Benoit Boissinot m'a rappelé que j'aurais pu choisir tous les pays, puis uniquement le critère linguistique. Mais tout le monde en France n'a pas forcément configuré son navigateur pour demander du français <<https://www.bortzmeyer.org/>

web-et-version-originale.html> ou indiqué à Google qu'il préférerait le français - choix que ce dernier mémorise par la suite.)

L'un des choix les plus importants au moment de lancer sa première campagne est de choisir les mots-clés dont la demande par le client va déclencher l'affichage de la pub. Google indique pour chacun d'eux s'il est « éligible » ou « sans intérêt » mais je n'ai pas encore trouvé où les critères étaient expliqués. Ainsi, http est éligible alors que bgp est « Taux de diffusion restreint dû au faible niveau de qualité » (comme dns ou linux).

La première campagne est désormais terminée. Ça coûte très cher, Adwords (1,67 € par clic dans mon cas), mes 50 € ont été volatilisés en un rien de temps (quasiment tous les clics étaient en réponse au mot-clé « http ») et, comme prévu, Google m'a prévenu qu'il avait arrêté de diffuser les pubs. Il ne me reste qu'un joli graphique des clics pendant la campagne de pub :