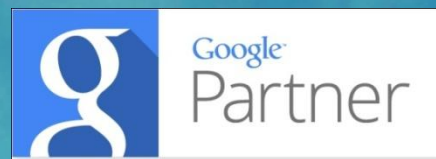


Votre partenaire de performance
numérique



[Cliquez ici pour valider la certification](#)

Guide de performance des campagnes Partenaires d'achat média

Mis à jour en septembre 2015

CONFIDENTIEL



Cher Partenaire,

Vos campagnes d'achat média viennent d'être mises en ligne.

Toute l'équipe de l'agence Index a à cœur le succès de votre stratégie publicitaire et met tout en œuvre pour s'assurer que la performance de vos campagnes digitales est optimale.

Chez Index, notre vision diffère des autres agences en ce que nous souhaitons bâtir avec vous une relation de partenariat durable, épanouie et riche en enseignements mutuels. Parce que nous partageons l'objectif commun que vos campagnes publicitaires soient une réussite, nous avons besoin de vous!

Comment faire en sorte que vos campagnes soient un succès?

- **Utilisez l'outil Ad Preview Tool**

Vous avez envie de voir si vos campagnes sont actives?

Tout d'abord, sachez que vous avez reçu un **accès administrateur à votre compte publicitaire AdWords**. Cela signifie que vous pouvez entrer dans l'interface administrateur du compte AdWords et voir le tableau de bord de l'activité de vos campagnes.

Nous nous chargeons de la gestion et de l'optimisation des campagnes pour vous permettre d'obtenir les meilleurs résultats possibles au meilleur prix. Nous vous demandons de **ne pas effectuer de changement directement dans l'interface AdWords**, mais de bien vouloir nous informer si jamais vous observez une irrégularité ou avez une question pour nous.

Vous voulez voir si vos campagnes sont affichées sur Google?

A chaque fois qu'un internaute effectue une recherche de mot clé sur Google, toutes les annonces qui misent sur ce mot clé sont mises en concurrence selon un calcul en fonction de plusieurs facteurs, notamment de qualité.

Quand vous souhaitez vérifier que vos campagnes s'affichent dans Google, il est important de ne pas faire de recherche de mot clé directement dans la barre de recherche Google comme le ferait un utilisateur potentiel. Pourquoi? Parce que vous allez effectuer une recherche de mots clés, donc déclencher la mise en concurrence de toutes les annonces qui enchérissent sur ce mot clé, y compris la vôtre. Vous allez potentiellement générer l'affichage de votre annonce, non suivie d'un clic car vous voulez simplement vérifier qu'elle apparaît. Cette manipulation aura pour conséquence de faire baisser le taux de clics et par conséquent le quality score des annonces.

Google a développé un outil qui vous permet de simuler la mise en concurrence des annonces et de vérifier si votre annonce sort pour les mots clés que vous cherchez. L'outil s'appelle « [Ad Preview and Diagnosis](https://adwords.google.com/apt/AdPreview) », dont voici le lien (vous devez être connecté à votre compte AdWords): <https://adwords.google.com/apt/AdPreview>.

D'autre part, si votre annonce ne sort pas, gardez en tête que le budget est paramétré pour être réparti équitablement sur la journée. L'annonce peut être à court de budget pour l'heure en cours, mais sera de nouveau diffusée l'heure suivante.

- **Donnez-nous du feedback**

Dites-nous quand vous êtes satisfaits, nous décuplerons nos forces pour nous améliorer encore. Mais **dites-nous aussi si vous ne l'étiez pas**, car nous ne souhaitons rien de plus que vous rendre heureux d'être notre partenaire. Nous ne sommes malheureusement pas sur le terrain avec vous chaque jour pour observer et évaluer les retombées des campagnes publicitaires. Nous avons donc besoin de **votre retour et de vos chiffres** pour savoir si nous travaillons dans la bonne direction. Dites-nous si votre téléphone sonne, si vous avez des visites en magasin, combien de devis vous établissez par semaine. Des chiffres tangibles nous permettent d'esquisser un tableau de votre réalité et nous adapter au mieux afin d'obtenir des résultats concrets et de vous les démontrer.

- **Communiquez avec nous**

Votre site Web est un outil à part entière de vos campagnes car il réceptionne le trafic généré par les campagnes publicitaires. En conséquence, nous avons besoin de savoir si votre **site est down**, si vous **changez les URLs** de votre site, et de manière générale, d'être avisés de tout changement technique qui pourrait affecter le bon déroulement des campagnes.

Pas de panique si vous recevez des emails de la part de Google du type « Ad disapproved » et autres. Nous recevons les mêmes courriels que vous et nous les traitons avec l'urgence qui s'impose à la situation. En cas de doute ou de question, communiquez avec nous. Il nous fera plaisir de vérifier ensemble que tout se passe bien.

- **Tenez-nous informés de vos promotions et offres spéciales**

Une offre spéciale, un rabais, une promotion à **durée limitée** sont autant de déclics qui peuvent pousser un internaute à cliquer sur votre annonce puis à effectuer l'action souhaitée.

Si vous avez des **promotions récurrentes ou périodiques** (saisonniers par exemple), nous serons heureux de mettre en place avec vous un calendrier pour faire le suivi des promotions et offres spéciales et adapter ainsi nos annonces.

- **Faites-nous confiance**

Nous cumulons de nombreuses années d'expérience dans le domaine du marketing Web et avons à cœur de toujours trouver une **solution qui démontre des résultats efficaces**. Faites-nous confiance et **aidez-nous à mettre en place les recommandations que nous suggérons**. Si nous sommes limités dans notre panoplie d'actions, sans votre confiance et votre aide, nous ne pourrions atteindre le potentiel maximal de résultats pour vos campagnes.

Quelles sont les prochaines étapes?

- **Rapport hebdomadaire**

Chaque lundi matin, vous recevrez par courriel un **rapport hebdomadaire** contenant les données collectées au cours de la semaine précédente.

Les **statistiques des campagnes** concernent : le budget total dépensé au cours de la semaine, le nombre d'impressions (soit le nombre de fois que vos publicités ont été affichées), le nombre de clics (soit le nombre de visites sur votre page d'atterrissage ou site Web), le coût par clic (CPC) et le taux de clics (CTR). Vous verrez quelles sont les trois campagnes qui performent le mieux et quels sont les mots clés qui rapportent le plus de clics et d'impressions.

Vous avez un doute sur la définition d'un mot technique du marketing web? Consultez notre lexique : <http://www.indexwebmarketing.com/lexique>

- **Gestion et optimisation de vos campagnes**

Un **suivi serré de vos campagnes** est fait chaque semaine par un expert en acquisition de trafic. Des tests doivent être effectués pour voir ce qui fonctionne le mieux. Il faut donc prendre le temps d'obtenir des données statistiques sur les performances des mots clés et des annonces avant de procéder à des changements. Les premiers jours des campagnes nécessitent obligatoirement un temps d'ajustement, avant d'atteindre la vitesse de croisière où les budgets quotidiens sont atteints sans difficulté, avec le meilleur taux de clics au plus faible coût par clic possible.

Nous suivons un **processus méticuleux, fruit d'années d'expérience, qui implique notre équipe au complet, des ventes à l'analytique, en passant par la création, l'acquisition et la gestion de projets**. Notre travail ne s'arrête pas une fois vos campagnes mises en ligne. Nous mettons alors en place une série d'actions :

- Appels mensuels de suivi,
- Meetings bimensuels de revue stratégique de l'ensemble des comptes,
- Vérification hebdomadaire des campagnes et entretien (ajout de mots clés négatifs et positifs, amélioration continue du taux de qualité des annonces, mise en place de tests A/B et réécriture périodique des annonces, etc.)

- **Rapport mensuel**

Chaque mois, vous recevrez par courriel un **rapport mensuel concernant le mois précédent**. Ce rapport est constitué de deux documents. Le premier est un document brut de données, structuré de la même manière que le rapport hebdomadaire du lundi. La période de collecte des données est cependant celle du mois entier écoulé.

Joint à ce document de données, une analyse complète des données du mois précédent assortie de **recommandations spécifiques à votre compte** formulées par nos experts en acquisition de trafic.

Il est important pour nous que vous preniez le temps de lire attentivement ce rapport, de nous poser toutes les questions que vous avez et de discuter ensemble de la mise en place des recommandations émises. La réception du rapport mensuel est un moment privilégié chaque mois pour faire le bilan du mois écoulé, de votre ressenti, de vos attentes, pour nous permettre de repartir ensemble vers l'atteinte des objectifs du mois à venir.

- **Formulaire d'évaluation de nos services**

Dans chacun de nos courriels d'envoi de rapports (hebdomadaires ou mensuels) se trouve aussi un lien vers un [formulaire d'évaluation de nos services](#) afin de faire un suivi serré de votre satisfaction et de vos attentes. N'hésitez pas à nous faire un retour sur vos impressions de la semaine passée et nous partager vos suggestions, critiques et demandes. **Nous avons besoin de votre retour sur le terrain pour mieux comprendre votre contexte d'affaires et ajuster notre stratégie publicitaire au besoin.**

- **Contact**

Appelez-nous au **514 521 6106**, rendez nous visite au **2065 rue Parthenais (suite 377B)**, ou bien contactez **par courriel** votre chargé de projets. Il nous fait toujours plaisir d'avoir de vos nouvelles.



index Web
Marketing

INDEXWEBMARKETING.COM

2065 rue Parthenais, suite 377B
Montreal, QC, Canada H2K 3T1
514-521-6106