

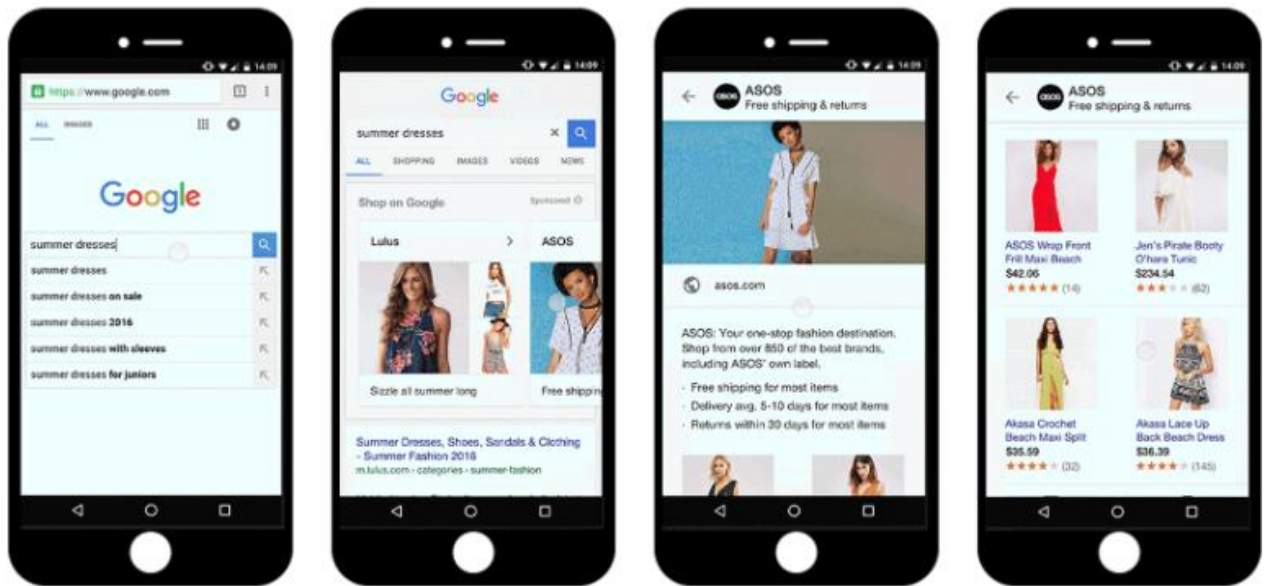
Google Shopping



Annnonce Showcase Shopping : Une Nouvelle manière de mettre en avant ses Produits sur Google

Que sont les annonces Showcase Shopping ?

Les annonces Showcase Shopping de Google sont une variante des annonces Shopping qui permettent à l'annonceur d'afficher une multitude de produits simultanément. Ces annonces élaborées rassemblent les informations de produits semblables aux termes de recherche implémentés par les internautes. Google diffuse les annonces Showcase Shopping quand les utilisateurs cherchent des termes génériques plutôt que des produits particuliers ou les modèles sur lesquels les annonceurs peuvent acheter les termes plus long tail. Ces annonces sont très bien adaptées à la promotion des marques ou à de nouvelles entreprises ou même au lancement d'une nouvelle collection de produits.



Comment ces annonces marchent elles ?

Les annonces Showcase Shopping apparaissent sur les réseaux Recherche, Shopping et sur les sites partenaires de Google, quand les utilisateurs cherchent des termes génériques. Ces annonces montrent une collection de produits qui sont similaires et liés à la recherche de l'utilisateur. Quand les utilisateurs cliquent sur des annonces Showcase Shopping, les annonces s'étendent et les utilisateurs verront l'ensemble des produits semblables.

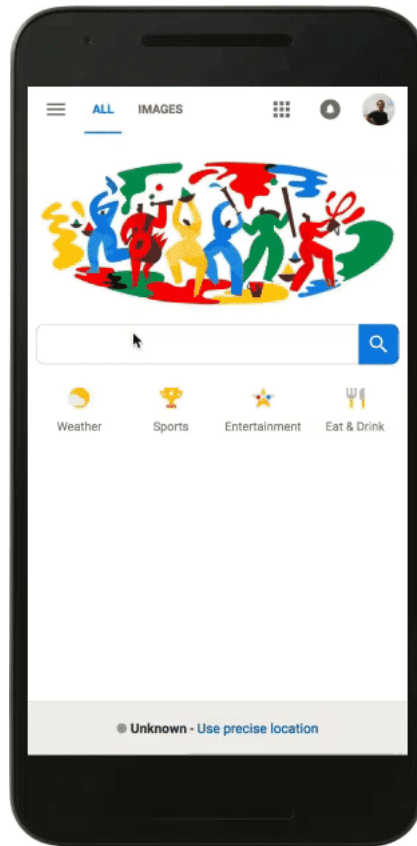
Les annonceurs peuvent rassembler beaucoup de produits selon les groupes de produits ou les catégories dans les annonces.

Les avantages des campagnes Showcase Shopping

Les annonces de vitrine aident les utilisateurs à trouver le magasin en ligne pour acheter des produits. Comme la majeure partie des recherches est générique sur Google, l'intention d'utilisateur n'est pas toujours claire au début du parcours vers l'achat. Leur montrer une collection de tous vos produits les aide à découvrir votre magasin.

Les annonceurs contrôlent quels produits apparaissent dans leurs annonces. Ils choisissent et personnalisent leurs annonces de vitrine. Cette personnalisation permet d'attirer des internautes en utilisant des produits phare afin d'augmenter les ventes sur les produits qui ont une meilleure rentabilité.

Les annonceurs peuvent suivre les conversions et les interactions en temps réel. Ce reporting permet l'évaluation de la performance de leurs annonces. Il est important d'évaluer ces annonces non seulement pour les conversions et leurs retours sur investissement car elles ciblent les internautes relativement tôt dans la phase de recherche et ont un double travail de performance et notoriété.



Le système d'enchère

Les annonces Showcase Shopping pratiquent le maximum CPE (Cost Per Engagement). Les annonceurs mettent alors le coût maximal qu'ils sont prêts à payer pour l'engagement et Google facture des annonceurs seulement quand les utilisateurs étendent des annonces Showcase Shopping et passent un minimum de dix secondes sur l'annonce ou quand ils cliquent sur un lien de produit.

Les éléments d'une annonce Showcase

L'annonce elle-même est composée d'éléments multiples incluant des images et le texte. Les éléments suivants sont nécessaires pour le lancement réussi d'une campagne Showcase Shopping :

- Image d'En-tête : Téléchargez une image qui décrit votre catégorie de produit ou votre marque.
- Image de Produit : Google choisit automatiquement la meilleure image pour un terme de recherche. L'image de produit est la meilleure solution quand vous promouvez des produits très différents ensemble.
- Titre : Ce texte apparaît sous l'image d'en-tête et au-dessus de l'annonce sélectionnée et étendue.
- Description : La description apparaîtra uniquement lorsque l'annonce aura été choisie et étendue.
- URL Finale
- URL affichée

Dernier mot

Les annonces Showcase Shopping prennent la performance de campagne shopping un pas plus loin grâce à l'intégration de la partie notoriété qui est présente dans les recherches génériques. Ces annonces ne sont pas juste séduisantes et informatives pour capturer l'attention de l'utilisateur, ils aident aussi des annonceurs à présenter tous leurs produits évitant certaines situations où les algorithmes de Google ne sont pas capables de cerner le meilleur produit pour un terme de requête peu précise.

Le ciblage des termes de recherche génériques est désormais possible grâce à la nature des annonces Showcase Shopping. Les utilisateurs employant des termes génériques en ligne doivent encore décider où ils achèteront un article. Il est donc vital de montrer une annonce qui pourra influencer ces clients potentiels à penser à votre marque. L'avantage final de ce format d'annonce est le niveau de contrôle des produits montrés dans les annonces. Les annonces Showcase permettent à l'annonceur de choisir les produits qui seront utilisés dans le but de convaincre les utilisateurs à continuer leurs recherches sur son site.

L'Agence **Advisers** experte des solutions Google et Facebook, se fera un plaisir de discuter avec vous de tous ces sujets.