

Le Nouvel Outil Google pour encore mieux Cibler les Internautes



**Les Audiences d'intention Personnalisées :
Des prospects chauds sur le Display et
Youtube**

I / Google crée de plus en plus de ponts entre les leviers d'acquisitions et de performances

Google Ads propose depuis quelques années déjà des possibilités de plus en plus fines et variées de ciblage d'audiences.

L'objectif du géant de la publicité en ligne a toujours été de créer des synergies entre les leviers sur tout le parcours de conversion.

Après les audiences affinitaires et audiences sur le marché il est possible de cibler, sur le réseau Display et sur Youtube, les audiences d'intentions personnalisées. Ces dernières sont composées, d'utilisateurs ayant manifesté un intérêt marqué pour un produit ou service, et donnant des signaux forts d'un passage à l'action imminent.

II/ Concrètement comment ça marche ?

Les audiences d'intention personnalisées permettent de créer des listes de prospects idéaux pour les marques.

Ces audiences offrent l'opportunité de réaliser des campagnes de performances sur des réseaux dont la vocation initiale est le "branding" (la promotion de marque) .

Les audiences d'intentions personnalisées sont basées sur les recherches faites au cours des 7 derniers jours sur le réseau de recherche Google Ads.

Ainsi les annonceurs ont accès à des audiences à forte valeur pour améliorer les ciblage des campagnes de notoriété.

Pour mettre en place les audiences d'intention personnalisées, il faudra utiliser la nouvelle interface, à la section "audiences", choisir "nouvelle audience d'intention personnalisée".

The screenshot displays the Google Ads interface. On the left, a sidebar contains navigation options: 'Vue d'ensemble', 'Recommandations', 'Groupes d'annonces', 'Annonces et extensions', 'Pages de destination', 'Mots clés', 'Audiences' (highlighted in blue), 'Données démographiques', 'Thèmes', and 'Emplacements'. The main content area shows campaign details: 'Activée', 'État : Éligible', 'Type : Display', and 'Budget : 50,00 \$US/jour'. Below this, there are two tabs: 'AUDIENCES' (active) and 'EXCLUSIONS'. A search bar is present with the text 'Lancer une recherche et filtrer par terme, expression ou URL'. Below the search bar, there is a section titled 'Ce que les utilisateurs prévoient d'acheter ou recherchent activement'. This section is divided into two parts: 'Audiences d'intention personnalisées' and 'Audiences sur le marché'. The 'Audiences d'intention personnalisées' section includes a description: 'Utilisez des mots clés et des URL pour créer une audience en fonction des produits et des services que votre audience idéale recherche activement.' The 'Audiences sur le marché' section lists three categories with checkboxes: 'Automobiles et véhicules', 'Cadeaux et événements', and 'Emplois'. At the bottom of the 'Audiences sur le marché' section, there is a blue button with a plus sign and the text 'NOUVELLE AUDIENCE D'INTENTION PERSONNALISÉE' followed by the instruction 'Utiliser des mots clés et des URL pour créer un type d'audience personnalisé'. Two red arrows are overlaid on the image: one points to the 'Audiences' menu item in the sidebar, and the other points to the 'NOUVELLE AUDIENCE D'INTENTION PERSONNALISÉE' button.

Ensuite il faudra entrer les mots clés et url potentiellement associées aux produits et services recherchés par l'audience idéale visée.

Audience d'intention personnalisée

Créez une audience d'utilisateurs qui recherchent activement des produits et services

Les annonces utilisant le ciblage par type d'audience doivent respecter les [Règles en matière de publicité personnalisée](#). Les mots clés sensibles ne déclenchent la diffusion d'annonces qu'en fonction du contexte, voire pas du tout. Toutes les campagnes sont soumises aux règles AdWords en matière de publicité et ne doivent comporter aucun contenu inapproprié. [En savoir plus](#)

Nom du type d'audience

Audience d'intention personnalisée

Saisissez des mots clés et des URL associés aux produits et services que cette audience recherche activement. [En savoir plus](#)

Mots clés et URL associés

- location club vacances france
- logement +de +vacances en +france
- residence vacances france
- sejour club vacances france
- +location +village +vacances +france
- +location +maison +vacances sud france
- +location +france +vacances été
- location appartement vacances sud de la france
- +location +appartement +vacances +france +pas +cher
- +location +vacances +ete +france
- location vacances pas cher france

IDÉES

TAILLE DE L'AUDIENCE

Idées de descripteurs pour ce type d'audience

- + village club vacances france
- + club vacances france famille
- + club vacances all inclusive france
- + club vacances ete france
- + club vacances sud de la france
- + club vacances demi pension france
- + club vacance en france
- + clubs de vacances france
- + sejour club france
- + club vacances mer france
- + location vacances sud de la france camping
- + +location +vacances +camping +sud +france
- + +location +maison +vacances +france +particulier

TOUT AJOUTER

Ainsi, une nouvelle audience pour des campagnes de notoriété performantes est créée. Il suffira d'associer cette dernière aux campagnes Display et Youtube afin maximiser les chances de convertir.

Par exemple: Si votre activité est la location d'appartement de vacances. Vous pouvez choisir de créer une audience avec des mots clés tel que : [location vacance + destination] ; [louer appartement + destination] et mettre des URLs de sites dont l'activité est similaire ou se rapproche de la location de vacances.

Une fois l'audience créée il suffit de la cibler pour une campagne de Display ou sur Youtube afin de maximiser la performance sur des leviers en haut du tunnel de conversion.

III/ Quel résultats pour cette stratégie alliant Branding et Performance?

En ciblant plus précisément les utilisateurs exposés à nos annonces Youtube et Display nous créons une réelle synergie entre les leviers. Nous optimisons les investissements réalisés en opération de notoriété pour maximiser les retours sur investissement.

Grâce aux audiences d'intention personnalisées, on constate des CTR 10x supérieur à ceux que l'on peut avoir sur des audiences d'acquisition classique. Les niveaux de conversion s'améliorent sur tout le compte, car les leviers de notoriété et de performances sont mis à contribution ensemble afin d'améliorer la portée et le ROI.

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