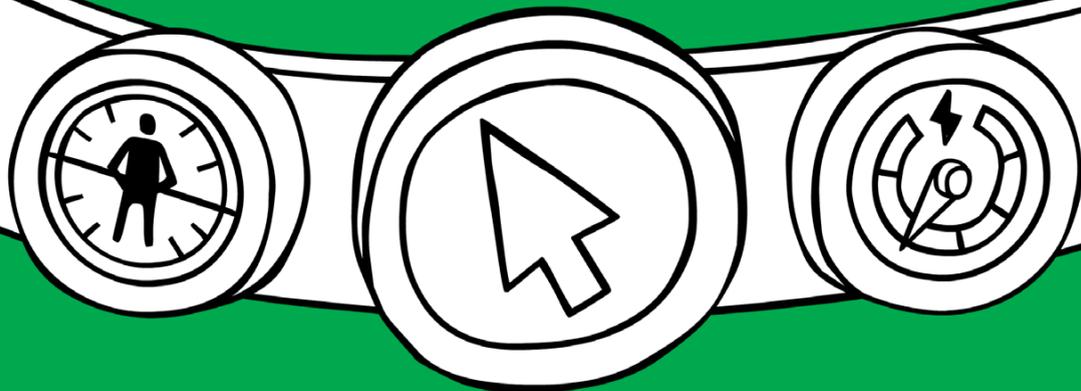


Manuel d'instruction de
**LA CEINTURE D'ACCESSOIRE
DES HÉROS DU SEARCH
MARKETING**



Un guide indispensable pour gagner du temps grâce à la **nouvelle interface AdWords** et obtenir des renseignements précieux sur les outils Google de publicité sur le réseau de recherche !

Sommaire

Devenez le nouveau héros du search marketing	1
Gagnez 40% d'efficacité grâce à la nouvelle interface AdWords	3
<hr/>	
Gérez des campagnes AdWords existantes	4
Analysez des tendances à l'aide du graphique des performances	5
Utilisez l'onglet « mots clés » pour trouver des données vite	6
Modifiez vos enchères plus simplement	7
<hr/>	
Préparez vos nouvelles campagnes AdWords	8
Utilisez Insights for Search pour analyser les tendances de recherche	9
Faites vos prévisions grâce au Générateur de mots clés	10
<hr/>	
Optimisez vos campagnes AdWords	11
Trouvez de nouveaux mots clés pertinents et efficaces	12
Affinez vos listes de mots clés grâce au rapport sur les requêtes	13
Utilisez des filtres pour identifier les mots clés prometteurs	14
Améliorez vos performances sur le réseau de contenu	15
<hr/>	



Devenez le nouveau héros du search marketing

“Je sais que la moitié de mon budget publicitaire est investie en pure perte, mais je ne sais pas quelle moitié.”

– John Wanamaker, chef d'entreprise, 1838-1922

Grâce à la révolution Internet, les responsables marketing du 21e siècle trouvent désormais cette pensée de John Wanamaker d'un anachronisme amusant.

En effet, vous, le responsable marketing du 21e siècle, vous êtes assis sur une montagne de données. Vous connaissez le rendement de chaque euro investi. Vous savez comment identifier les messages publicitaires efficaces, ceux qui ne le sont pas, ainsi que la mise en page qui générera le plus de ventes. Mais pour assimiler toutes ces informations et les exploiter correctement, vous devez être un héros du search marketing.

La nouvelle interface AdWords et les outils Google gratuits, tels que Insights for Search et le Générateur de mots clés basés sur les recherches, ont été créés pour vous aider dans votre travail et vous simplifier la vie. Vous pouvez obtenir de meilleurs résultats plus rapidement et exploiter facilement cette montagne de données. Tous ces outils composent la ceinture d'accessoires du héros du search marketing !

Cette brochure explique comment utiliser la nouvelle interface et les outils gratuits de publicité sur le réseau de recherche proposés par Google. Ces outils et améliorations d'AdWords ayant été conçus en tenant compte de vos suggestions, nous sommes persuadés que vous les jugerez extrêmement utiles.

– L'équipe Google AdWords

“La nuit, je mène une existence banale.
Mais la journée, je me transforme en...

caïd des mots clés!



En effet, je porte la ceinture d'accessoires de héros du search marketing (lorsque je gère mes campagnes publicitaires en ligne). Dans cette brochure, je vous expliquerai comment devenir plus efficace...devenir plus intelligent...devenir un héros !”

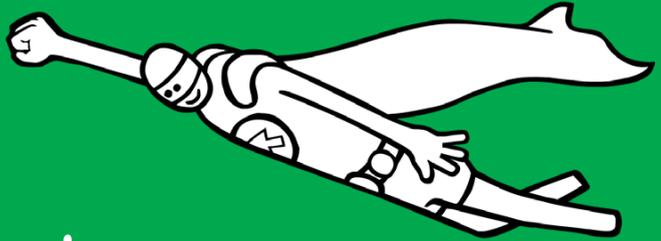
Gagnez 40 % d'efficacité grâce à la nouvelle interface AdWords

Tâche	Nombre de clics dans l'interface AdWords précédente	Nombre de clics dans la nouvelle interface AdWords	La nouvelle interface AdWords est...plus efficace
Identifier où les annonces sont diffusées sur le réseau de contenu, pour l'ensemble du compte	7	2	71 %
Détecter d'éventuels pics du nombre de clics dans une campagne au cours du mois précédent	7	3	57 %
Identifier tous les mots clés de votre compte qui ont généré 3 impressions ou moins au cours du mois précédent	13	7	46 %
Afficher les données de performance des requêtes de recherche qui, dans votre campagne, ont déclenché la diffusion d'une annonce et ajouter un mot clé à exclure à partir du résultat obtenu	11	7	36 %
Réduire l'enchère d'un mot clé	6	4	33 %
Modifier le budget d'une campagne	4	3	25 %
Ajouter deux mots clés à un groupe d'annonces, en faire des mots clés exacts et définir une enchère.	6	5	16 %

TOTAL



Source : étude interne Google (février 2009). Toutes les tâches effectuées avec la nouvelle interface AdWords sont mesurées à partir du point de départ "Campagnes en ligne". Toutes les tâches effectuées avec l'interface AdWords précédente sont mesurées à partir du point de départ "Récapitulatif des campagnes".



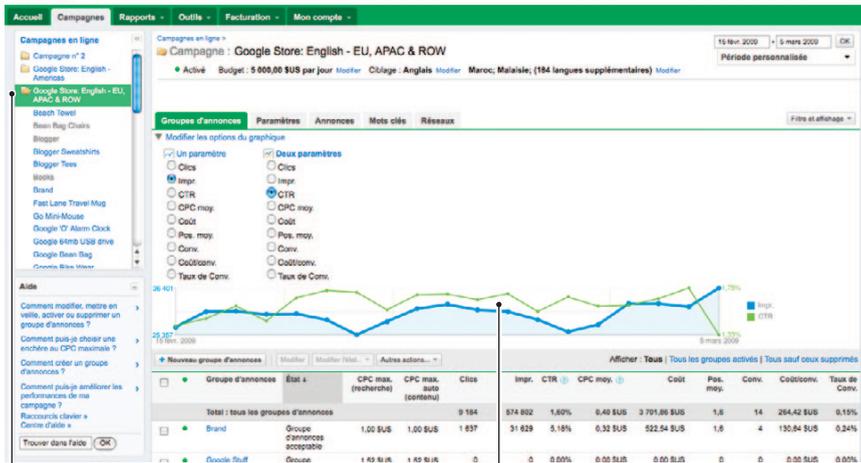
Gérez des campagnes
AdWords existantes



Analysez des tendances à l'aide du graphique des performances

“Nous sommes lundi matin ! Je souhaite savoir si une campagne importante a généré un niveau d'impressions stable au cours du week-end. Je trouve rapidement la campagne concernée grâce à l'**arborescence de navigation** située sur la gauche de l'écran.”

“Je jette un coup d'œil au **graphique de performances**, situé au centre de la page. Le niveau d'impressions est conforme à mes attentes. Mais qu'arrive-t-il au CTR ? Il plonge littéralement !”

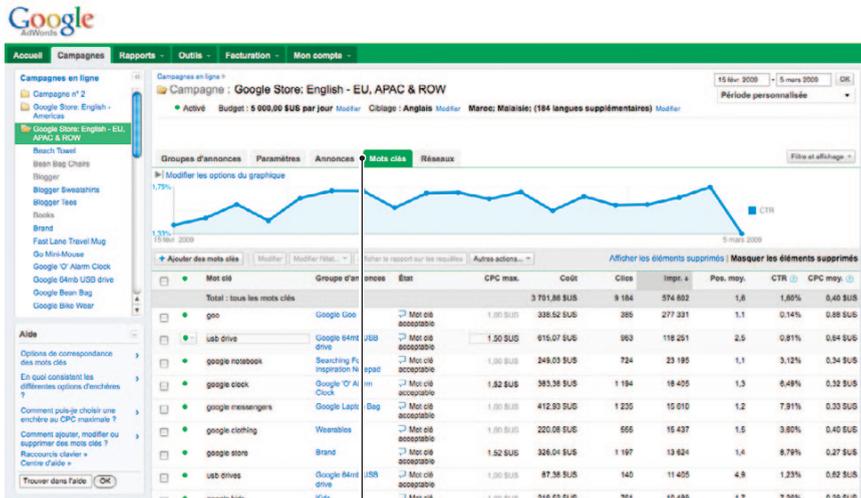


L'arborescence de navigation permet d'accéder rapidement aux campagnes et aux groupes d'annonces.

Comparez deux paramètres dans le graphique, sur une période donnée.

Utilisez l'onglet « mots clés » pour trouver des données vite

“Pourquoi cette chute ? Je clique sur l'onglet “Mots clés”, car je souhaite consulter mes mots clés les plus performants. Grâce à la nouvelle fonctionnalité de **vues d'ensemble par onglet**, je les trouve instantanément. Je n'ai pas à générer de rapports, ni à fouiller parmi différents groupes d'annonces de la campagne. L'un de mes mots clés les plus performants (“lecteur usb”) occupe une moins bonne position que vendredi...”



Affiche des vues d'ensemble par onglet pour la totalité des campagnes, groupes d'annonces, mots clés et annonces.

Modifiez vos enchères plus simplement

“L'un de mes concurrents a surenchéri ! Mais je suis toujours en deçà de mon objectif de CPA, donc je peux encore augmenter mon enchère. Je définis une enchère supérieure afin de récupérer ma première position. La fonctionnalité de **modification instantanée** me permet de le faire en un tournemain. Je clique sur l'enchère actuelle, je saisis la nouvelle enchère, puis je clique sur "Enregistrer". Pour augmenter le budget quotidien de la campagne, je procède de la même manière. J'ai réussi à régler le problème en quelques secondes.”

Campagnes en ligne >

Campagne : Google Store: English - EU, APAC & ROW

15 févr. 2009 5 mars 2009 OK

● Activé Budget : 5 000,00 \$US par jour Modifier Cible(s) : Anglais Modifier Maroc: Malaisie; (164 langues supplémentaires) Modifier

Période personnalisée ▾

Groupes d'annonces Paramètres Annonces **Mots clés** Réseaux

Filtre et affichage ▾

Modifier les options du graphique



+ Ajouter des mots clés Modifier Modifier l'état... Afficher le rapport sur les requêtes Autres actions... ▾

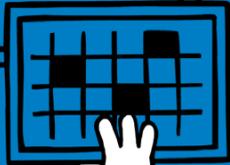
Afficher les éléments supprimés Masquer les éléments supprimés

<input type="checkbox"/>	Mot clé	Groupes d'annonces	État	CPC max.	Coût	Clics	Imp.r. 4	Pos. moy.	CTR	CPC moy.
Total : tous les mots clés										
<input type="checkbox"/>	geo	Google Geo	↳ Mot clé acceptable	1,00 \$US	3 701,86 \$US	9 184	574 802	1,6	1,80%	0,40 \$US
<input type="checkbox"/>	usb drive	Google 64mb USB drive	↳ Mot clé acceptable	2,00 \$US	338,52 \$US	385	277 331	1,1	0,14%	0,68 \$US
<input type="checkbox"/>	google notebook	Searching For Inspiration Noteпад	↳ Mot clé acceptable				23 106	1,1	3,12%	0,34 \$US
<input type="checkbox"/>	google clock	Google "O" Alarm Clock	↳ Mot clé acceptable	1,52 \$US	383,38 \$US	1 194	18 405	1,3	6,48%	0,32 \$US
<input type="checkbox"/>	google messengers	Google Laptop Bag	↳ Mot clé acceptable	1,00 \$US	412,93 \$US	1 226	16 810	1,2	7,91%	0,33 \$US
<input type="checkbox"/>	google clothing	Wearables	↳ Mot clé acceptable	1,00 \$US	220,08 \$US	555	15 437	1,5	3,60%	0,40 \$US
<input type="checkbox"/>	google store	Brand	↳ Mot clé acceptable	1,52 \$US	326,04 \$US	1 197	13 624	1,4	8,79%	0,27 \$US
<input type="checkbox"/>	usb drives	Google 64mb USB drive	↳ Mot clé acceptable	1,00 \$US	87,38 \$US	140	11 405	4,9	1,23%	0,62 \$US

Pour effectuer des modifications, cliquez directement dans un champ modifiable



Préparez vos
nouvelles
campagnes
AdWords



Utilisez Insights for Search pour analyser les tendances de recherche

“Je suis en train de planifier une nouvelle campagne pour un hôtel situé à Barcelone. Sur quelle période dois-je investir mon budget publicitaire ? J’imagine que la demande enregistrera un pic pendant l’été. J’utilise Google Insights for Search pour vérifier cette hypothèse.”

“Étonnant ! Les volumes de recherche les plus importants sont enregistrés au mois de janvier. Je dois créer rapidement une liste de mots clés ! Pour m’aider à commencer, Google Insights for Search affiche les requêtes les plus fréquentes et celles en progression.”

Google Insights for Search: [google.fr/insights/search](https://www.google.fr/insights/search)



Search terms related to barcelona hotels Worldwide, 2008

Top searches

1. hotels in barcelona	100
2. barcelona hotel	80
3. cheap hotels	30
4. cheap barcelona hotels	30
5. hotel in barcelona	25
6. spain hotels	20

Rising searches

1. confortel barcelona	+120%
2. weather in barcelona	+40%
3. barcelona beach hotels	+40%

Faites vos prévisions grâce au Générateur de mots clés

“Je génère des listes de mots clés de différentes façons, y compris en utilisant le Générateur de mots clés Google AdWords qui affiche désormais le volume de recherche du mois précédent par mot clé.”

“Lors d’une campagne récente pour ce même hôtel, le CTR était de 2 %. Le volume de recherche moyen s’élève à 110 000 pour “hôtels à barcelone”. Par conséquent, je devrais enregistrer 2220 clics. Le CPC moyen estimé me permet de calculer le montant de mon budget mensuel : 5 883 €.”

Générateur de mots clés Google AdWords : <http://adwords.google.fr/select/KeywordToolExternal>

Les résultats sont adaptés au paramètre suivant : Français, France [Modifier](#)

Comment souhaitez-vous générer des idées de mots clés ?

Expressions ou termes descriptifs (exemple : thé vert)

Contenu de site Web (exemple : www.exemple.fr/product?id=74893)

Entrez un mot clé ou une expression par ligne : barcelone hotels

Utiliser des synonymes

[Filter mes résultats](#)

[Trouver des idées de mots clés](#)

Calculer les prévisions à l'aide d'une enchère de CPC maximum différente : Sélectionnez les colonnes à afficher : Afficher/masquer les colonnes

Euros (EUR C) Recalculer

Mots clés	CPC moyen prévisionnel	Concurrence entre annonceurs	Volume de recherche approximatif : mars	Volume de recherche moyen approximatif	Type de ciblage
Mots clés en rapport avec le(s) terme(s) entré(s) - trié par pertinence					
barcelone hotels	€3,27	<div style="width: 100%;"></div>	60 500	27 100	Ajouter
hotel barcelona	€2,85	<div style="width: 100%;"></div>	135 000	110 000	Ajouter
barcelone hotels	€3,35	<div style="width: 100%;"></div>	22 200	9 900	Ajouter
hotel neri barcelona	€1,20	<div style="width: 100%;"></div>	260	210	Ajouter
hotel jardi barcelona	€0,53	<div style="width: 100%;"></div>	500	480	Ajouter
hotel husa barcelona	€1,74	<div style="width: 100%;"></div>	260	210	Ajouter
hotel lioret barcelona	€0,05	<div style="width: 100%;"></div>	Données insuffisantes	390	Ajouter
hotel catalunya barcelona	€0,05	<div style="width: 100%;"></div>	Données insuffisantes	480	Ajouter
hotel balnear barcelona	€1,32	<div style="width: 100%;"></div>	260	170	Ajouter
hotel axton barcelona	€0,67	<div style="width: 100%;"></div>	30	58	Ajouter
hotel roma riall barcelona	€0,89	<div style="width: 100%;"></div>	110	91	Ajouter

Mots clés sélectionnés : Une fois que vous avez terminé, cliquez sur Inscrivez-vous avec ces mots clés. Nous conservons votre liste de mots clés pour la création de votre première campagne. Aucun mot clé n'a encore été ajouté. [Ajouter des mots clés personnels](#)

[Inscrivez-vous avec ces mots clés](#)

Chaque barre indique la concurrence des annonceurs sur le mot clé concerné

Consultez le volume de recherche du mois précédent

Consultez le volume de recherche moyen

Optimisez vos
campagnes
AdWords



Trouvez de nouveaux mots clés pertinents et efficaces

“Une nouvelle campagne relative à la cuisine italienne ne génère pas suffisamment d'impressions. Comment placer la barre plus haut ? En ajoutant des mots clés, bien sûr, mais je ne veux pas ajouter des mots clés sur lesquels aucune recherche ne sera effectuée. **Le Générateur de mots clés basés sur les recherches** constitue un outil idéal pour tous les héros du search marketing. Je lui donne l'URL du site Web. Il me fournit une liste de nouvelles suggestions de mots clés, basées sur les recherches effectuées par les utilisateurs de Google. C'est génial !”

Générateur de mots clés basés sur les recherches : google.com/sktool

The screenshot shows the Google Keyword Planner interface. On the left, there are navigation tabs for 'Keywords' and 'My draft keywords (0)'. Below these are input fields for 'Website' (nifelslife.com) and 'Word or phrase'. A sidebar on the left lists categories and brands. The main area displays 'Keyword ideas' for 'nifelslife.com' with a table of suggestions. The table has columns for 'Keyword', 'Monthly searches', 'Competition', 'Sugg. bid', 'AdSearch share', and 'Extracted from webpage'. The first row is 'italian dairy produce' with 25 monthly searches and 75% ad search share. Other rows include 'pasta delivery london', 'italian home delivery', 'gourmet italian food gift', 'italian pasta ingredients', 'italian pizza delivery', 'buy italian food online', 'italian ingredients', 'italian food shop', 'italian christmas hampers', 'italian food delivery uk', and 'vegetable delivery uk'.

Keyword	Monthly searches	Competition	Sugg. bid	AdSearch share	Extracted from webpage
italian dairy produce	25	Low	USD0.04	75% / 0%	Cheeses & Dairy - Italian Food home delivery
pasta delivery london	15	Low	USD0.92	70% / 83%	Pasta - Italian Food home delivery across UK
italian home delivery	15	Low	USD0.53	69% / 65%	Home products - Italian Food home delivery
gourmet italian food gift	20	Low	USD0.10	66% / 0%	Gift Hampers - Italian Food home delivery
italian pasta ingredients	15	Low	USD0.10	60% / 0%	Baking Ingredients - Italian Food home delivery
italian pizza delivery	33	Low	USD0.86	60% / 48%	Italian Food home delivery across UK
buy italian food online	52	Low	USD0.96	59% / 51%	Christmas Hampers - Italian Food Online
italian ingredients	360	Low	USD0.64	69% / 3%	Baking Ingredients - Italian Food home delivery
italian food shop	82	Low	USD0.50	50% / 77%	Shop by Brand - Italian Food home delivery
italian christmas hampers	16	Low	USD2.18	52% / 0%	Christmas Hampers - Italian Food home delivery
italian food uk	42	Low	USD0.50	51% / 80%	Glavi di Glavi DOCG Granese Batataslo
italian food delivered	25	Low	USD1.62	50% / 73%	Italian Food home delivery across UK
vegetable delivery uk	8	Low	USD0.10	50% / 0%	Fruit & Vegetable Boxes - Italian Food

Les mots clés sont regroupés et classés par type et par marque

Il connaît les mots clés qui figurent déjà dans votre compte et vous propose d'autres suggestions

Il identifie les pages du site Web auxquelles le mot clé est associé. Vous pouvez alors les utiliser comme pages de destination au niveau des mots clés

Affinez vos listes de mots clés grâce au rapport sur les requêtes

“Je veux encore plus de trafic. Le **rapport sur les requêtes de recherche** indique les termes de recherche qui déclenchent mes mots clés en requête large. La nouvelle interface permet d'accéder à ce rapport facilement. Je peux ainsi trouver des termes auxquels je n'avais pas pensé. En quelques clics, je les ajoute à ma campagne en tant que mots clés, avec des enchères distinctes afin d'accroître la visibilité. Si des termes de recherche n'offrent pas de bonnes performances, je les sélectionne en tant que mots clés à exclure. C'est un jeu d'enfants !”

Accédez aux rapports sur les requêtes de recherche relatifs à un ou à plusieurs mots clés, directement à partir de l'onglet "Mots clés".

Requête	Type de correspondance	Clics	Imps.	CTR	CPC moy.	Coût a.	Pos. moy.	Conv.	Coût/conv.	Taux de conversion
Total		390	32 221	1,21%	0,28 EUR	108,45 EUR	3	2	54,23 EUR	0,81%
Mot-clé exact	italian food delivery	14	1 834	0,76%	0,27 EUR	3,72 EUR	3	0	0,00 EUR	0,00%
Requête large	italian food delivery	10	52	19,23%	0,33 EUR	3,29 EUR	1,4	0	0,00 EUR	0,00%
Requête large	italian food delivery	9	187	5,39%	0,28 EUR	2,49 EUR	1,1	1	2,49 EUR	11,11%
Requête large	italian food delivery	8	207	3,86%	0,30 EUR	2,39 EUR	1,7	0	0,00 EUR	0,00%
Expression exacte	italian food delivery	5	50	10,00%	0,31 EUR	1,53 EUR	1,8	0	0,00 EUR	0,00%
Requête large	italian food delivery	6	349	1,72%	0,29 EUR	1,49 EUR	1,6	0	0,00 EUR	0,00%
Requête large	italian food delivery	5	121	4,13%	0,28 EUR	1,39 EUR	1,9	0	0,00 EUR	0,00%
Requête large	italian food delivery	8	29	17,24%	0,27 EUR	1,37 EUR	1,1	0	0,00 EUR	0,00%
Autres requêtes		176	28 967	0,82%	0,28 EUR	49,88 EUR	0	1	49,88 EUR	0,00%
Total		390	32 221	1,21%	0,28 EUR	108,45 EUR	3	2	54,23 EUR	0,81%

Sélectionnez des requêtes à ajouter en tant que mots clés ou mots clés à exclure directement dans le rapport

Utilisez des filtres pour identifier les mots clés prometteurs

“Je souhaite maintenant examiner les mots clés peu performants, c'est-à-dire ceux qui n'ont généré aucun clic après avoir enregistré 500 impressions. Dans l'interface précédente, j'aurais généré un rapport. À présent, j'utilise les filtres de la nouvelle interface afin de trouver ces termes.”

“Ce satané mot clé “pisto” est le seul dans son cas. Il n'a enregistré aucun clic. Je vais donc modifier le texte d'annonce et faire un nouvel essai.”

Campagnes en ligne

Cliquez sur “Filtrer les mots clés” afin d'afficher l'option de filtrage

16 mars 2009 - 27 mars 2009 OK
Période personnalisée

Campagnes en ligne

Impressions > 500 Supprimer le filtre

+ Ajouter une règle de filtrage

Enregistrer le filtre

Appliquer Fermer

+ Ajouter des mots clés Modifier Modifier l'état Afficher le rapport sur les requêtes Autres actions...

Filtre et affichage

- Afficher le graphique
- Personnaliser les colonnes
- Segmenter par type de correspondance de requête
- Filtrer les mots clés

Mots clés	Campagne	Groupes d'annonces	État	CPC max.	Clics	Impr.	CTR	CPC moy.	Coût	Conv.	Coût/conv.
<input type="checkbox"/> baby meals	LIK	ITAI IAN RARY FOOD	Mot clé acceptable	0,14 €	4	516	0,78%	0,12 €	0,47 €	0	0,00 €
<input type="checkbox"/> pasta types	UK	Italian food online	Mot clé acceptable	0,50 €	4	580	0,69%	0,50 €	2,00 €	0	0,00 €
<input type="checkbox"/> food	London new	Italian food delivery	Mot clé acceptable Enchère première page estimée 80,20 €	0,16 €	4	797	0,50%	0,12 €	0,50 €	0	0,00 €
<input type="checkbox"/> banilia	UK	Italian food online	Mot clé acceptable	0,26 €	5	890	0,56%	0,18 €	0,90 €	0	0,00 €

L'option de filtrage apparaît désormais en orange

Améliorez vos performances sur le réseau de contenu

“Je veux évaluer les performances de mes annonces sur le réseau de contenu, grâce à l'onglet Réseau”. Je clique sur « afficher les détails » à côté de “Emplacements sélectionnés automatiquement” pour savoir sur quels emplacements mes annonces sont diffusées.”

“Mes annonces diffusées sur urbanpath.com enregistrent un CTR élevé : 3,81 %. Pour ajouter cet emplacement à ma campagne je coche la case correspondante, je clique sur “Gérer l'emplacement et l'enchère” et je définis une enchère spécifique.”

Campagnes en ligne

Campagne : UK

Budget : 10,00 EUK par jour

Ciblage : Anglais

Royaume-Uni

16 mars 2009 - 22 mars 2009

Période personnalisée

Groupes d'annonces Paramètres Annonces Mots clés **Réseau**

	Clics	Impr.	CTR	CPC moy.	Coût	Pos. moy.	Conv.	Coût/conv.	Taux de Conv.
Réseau de recherche	96	13 946	0,70%	0,14 EUK	13,55 EUK	6,7	1	13,55 EUK	1,02%
Recherche Google	74	6 677	1,11%	0,13 EUK	9,91 EUK	5,1	1	9,91 EUK	1,36%
Partenaires du réseau de recherche	24	7 269	0,33%	0,15 EUK	3,64 EUK	8,2	0	0,00 EUK	0,00%
Réseau de contenu	10	16 291	0,06%	0,11 EUK	1,07 EUK	4,5	0	0,00 EUK	0,00%
Emplacements gérés	-	-	0,00%	0,00 EUK	0,00 EUK	0	0	0,00 EUK	0,00%
Emplacements sélectionnés automatiquement	10	16 291	0,06%	0,11 EUK	1,07 EUK	4,5	0	0,00 EUK	0,00%
Total - tous les réseaux	108	30 237	0,36%	0,14 EUK	14,62 EUK	5,5	1	14,62 EUK	0,93%

Réseau de contenu : emplacements sélectionnés automatiquement

Gérer remplacement et enchère Exclure des emplacements Afficher le rapport sur les URL Télécharger

Domaine	Groupes d'annonces	Clics	Impr.	CTR	CPC moy.	Coût	Conv.	Coût/conv.	Taux de Conv.
italianfoodforever.com	italian food online	0	6 983	0,00%	0,00 EUK	0,00 EUK	0	0,00 EUK	0,00%
about.com	italian food online	0	2 315	0,00%	0,00 EUK	0,00 EUK	0	0,00 EUK	0,00%
<input checked="" type="checkbox"/> urbanpath.com	italian food online	4	1 111	3,81%	0,08 EUK	0,34 EUK	0	0,00 EUK	0,00%

Les emplacements sélectionnés automatiquement désignent les emplacements d'annonces ciblées par mots clés sur le réseau de contenu

Les emplacements gérés désignent les emplacements de diffusion de vos annonces que vous sélectionnez manuellement

Mettez-vous à la page plus vite que l'éclair !

Vous savez désormais comment utiliser la ceinture d'accessoires de héros du search marketing afin d'améliorer vos campagnes AdWords.

Visitez le site de la nouvelle interface AdWords afin de visionner des vidéos d'aide et de consulter des FAQ:

www.google.com/intl/fr/adwords/newinterface



Nouvelle interface AdWords

[Inscription](#)

Vidéos pédagogiques

[Ressources de la version bêta](#)

En savoir plus sur la nouvelle interface AdWords

Découvrez les améliorations apportées à la gestion des campagnes.



[Le suivi de vos annonces](#)

Des graphiques personnalisés, de nouveaux onglets au niveau du compte ainsi que diverses options de filtrage simples à utiliser vous permettent d'analyser vos campagnes.



[L'optimisation des campagnes](#)

Triez les données de vos groupes d'annonce sur la base des principaux indicateurs, puis utilisez nos puissantes fonctions de génération de rapports pour les analyser et les ajuster en un tour de main.



[Un processus de modification simplifié](#)

Désormais, la modification de vos campagnes nécessite moins de clics.



[Des résultats encore meilleurs sur le réseau de contenu](#)

Le nouvel onglet "Réseaux" vous permet d'analyser et d'ajuster les emplacements du réseau de contenu sur lesquels vos annonces sont diffusées.



Les raccourcis de clavier pour la Nouvelle Interface AdWords

Navigation générale :

- G puis O : Accéder aux campagnes en ligne
- G puis C : Accéder à l'onglet "Campagnes"
- G puis R : Accéder à l'onglet "Groupes d'annonces"
- G puis K : Accéder à l'onglet "Mots clés"
- G puis N : Accéder à l'onglet "Réseaux"
- G puis A : Accéder à l'onglet "Annonces"
- G puis S : Accéder à l'onglet "Paramètres"

Navigation et actions dans les tableaux :

- J/K : Ligne suivante/précédente dans le tableau de données principal
- X : Sélectionner la ligne actuelle
- Maj + X : Sélectionner plusieurs lignes
- E : Modifier
- P : Mettre en veille
- N : Activer
- D : Supprimer
- L : Télécharger



Le site Web pour la nouvelle interface AdWords:

 www.google.com/intl/fr/adwords/newinterface



Vous recherchez davantage d'informations ?

www.google.com/intl/fr/adwords/newinterface

© Copyright 2009. Google est une marque déposée de Google Inc. Tous les autres noms de sociétés et de produits peuvent être des marques déposées des sociétés auxquelles ils sont associés. 1610403
