

# Synodiance

## Etude Taux de clics SEA

*Octobre 2014*



# Etude Taux de clics SEA

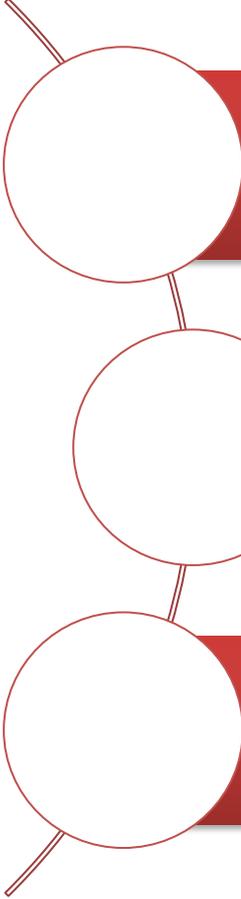
## ➤ Objectifs de l'étude:

- › étudier les taux de clics SEA par position,
- › identifier l'apport des sitelinks sur le taux de clics des annonces SEA,
- › comprendre le rôle des extensions d'annonces,
- › déterminer les extensions d'annonces les plus cliquées.

## ➤ Cette étude se base sur l'analyse :

- › sur la période de Janvier à Août 2014,
- › de plus de 2 000 sitelinks et 30 000 annonces,
- › de plus de 1 300 campagnes,
- › représentant pratiquement 4 500 000 clics,
- › et sur plus de 120 000 000 d'impressions,
- › sur le réseau Search de Google.

# Etude Taux de clics SEA



Taux de Clics SEA > Marque et Hors Marque

Sitelinks > Positions et taux de clics

Extensions d'annonce > Taux de clics

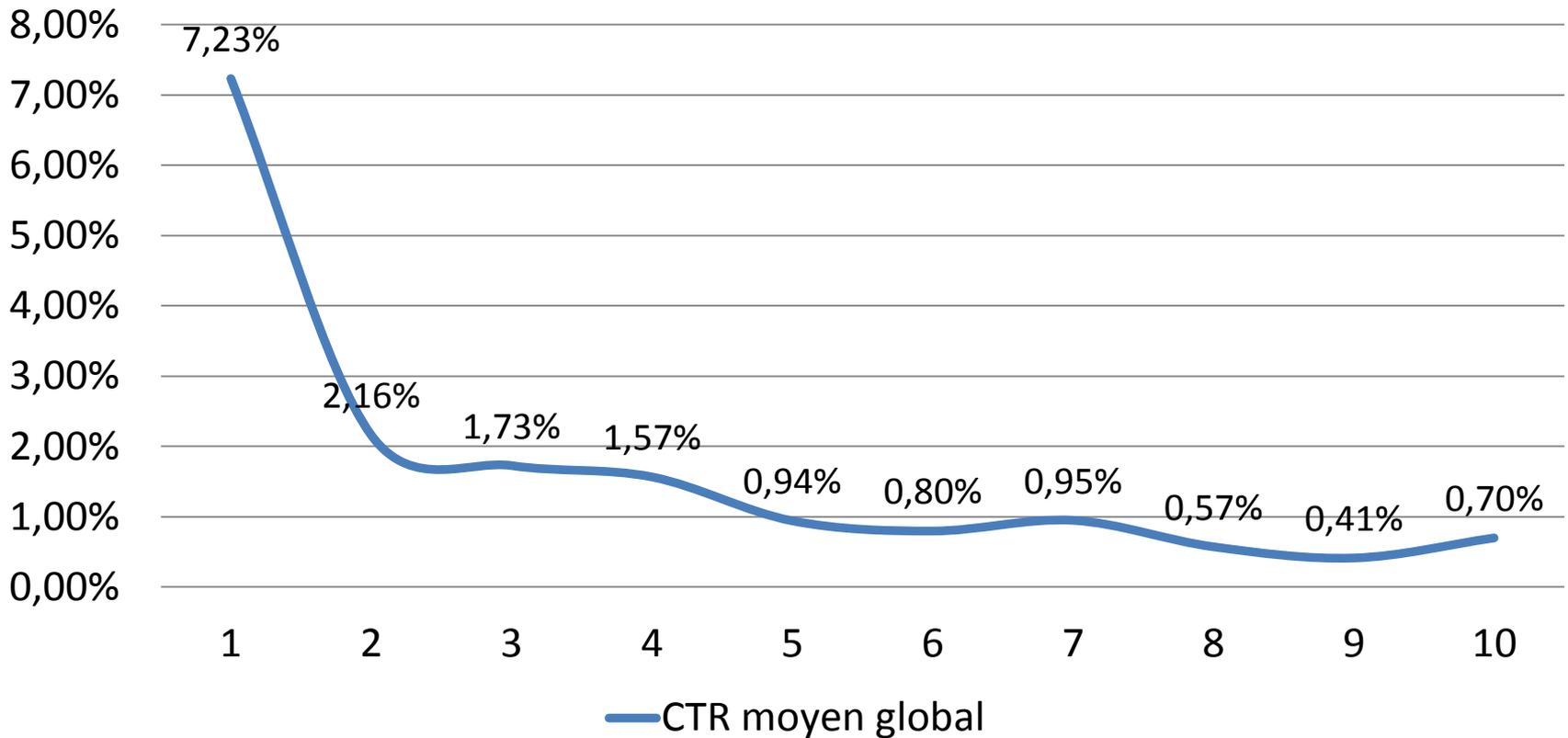


# Taux de clics SEA



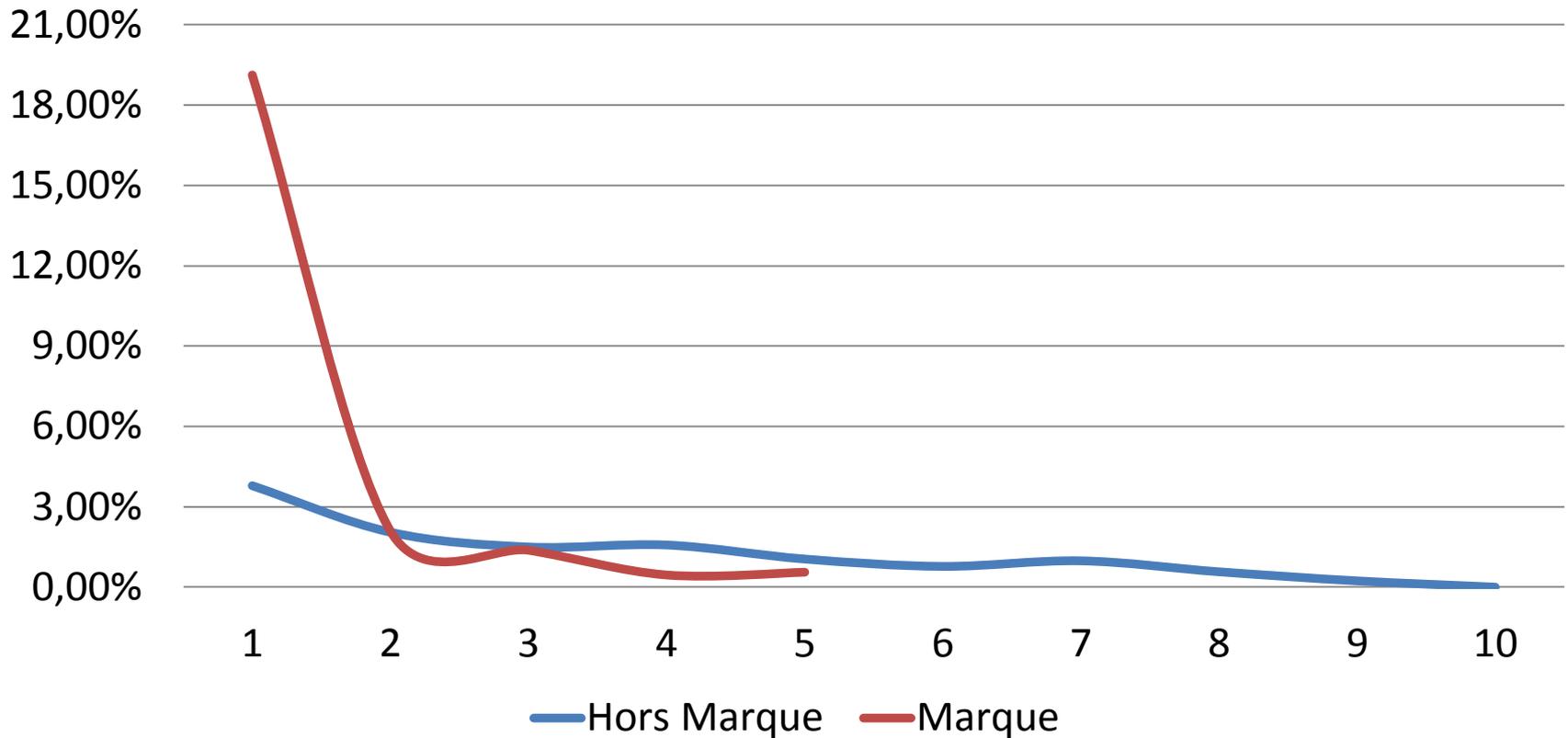
# Taux de clic SEA

## CTR SEA moyen - Marque et Hors Marque confondus



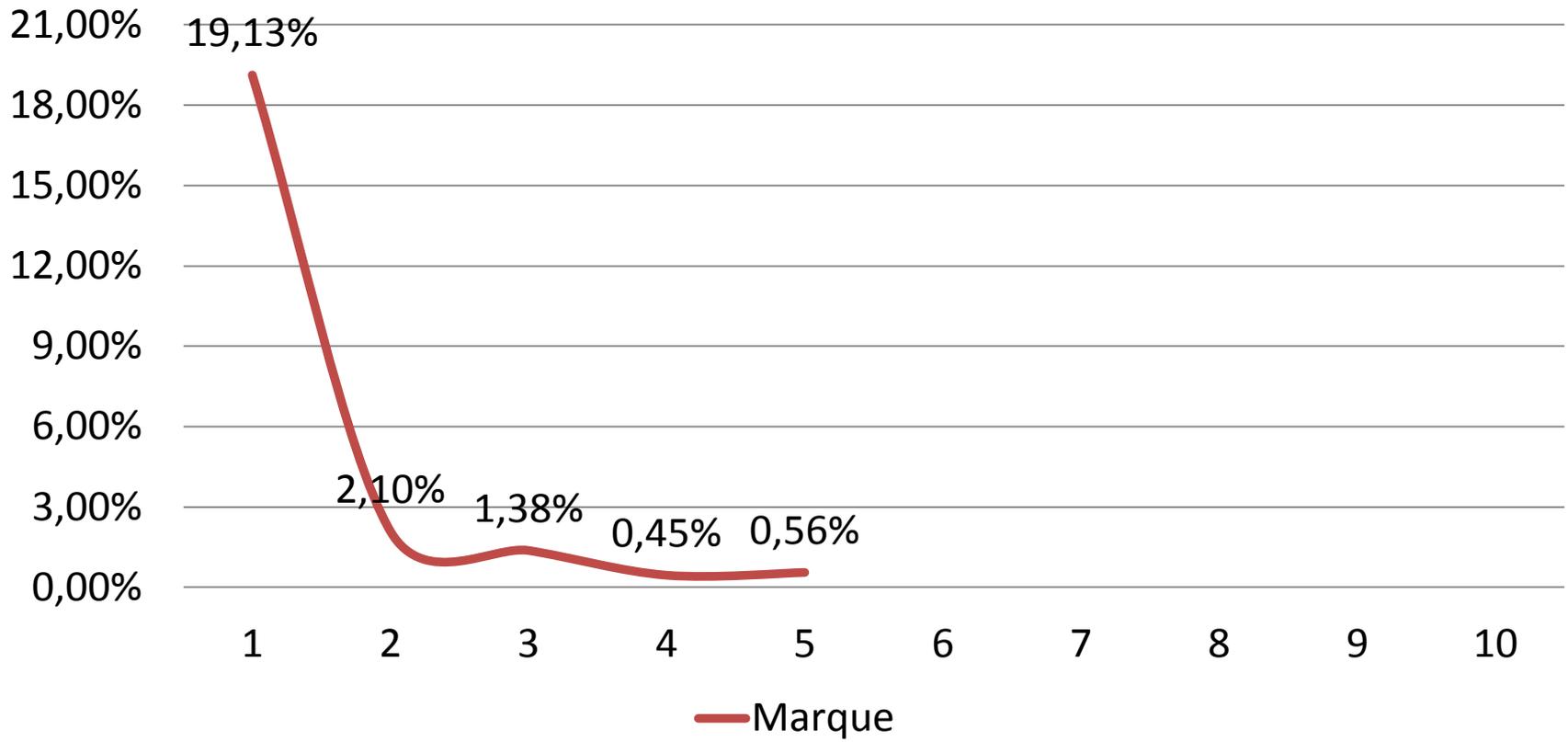
# Taux de clics SEA

## CTR SEA - Marque et Hors Marque



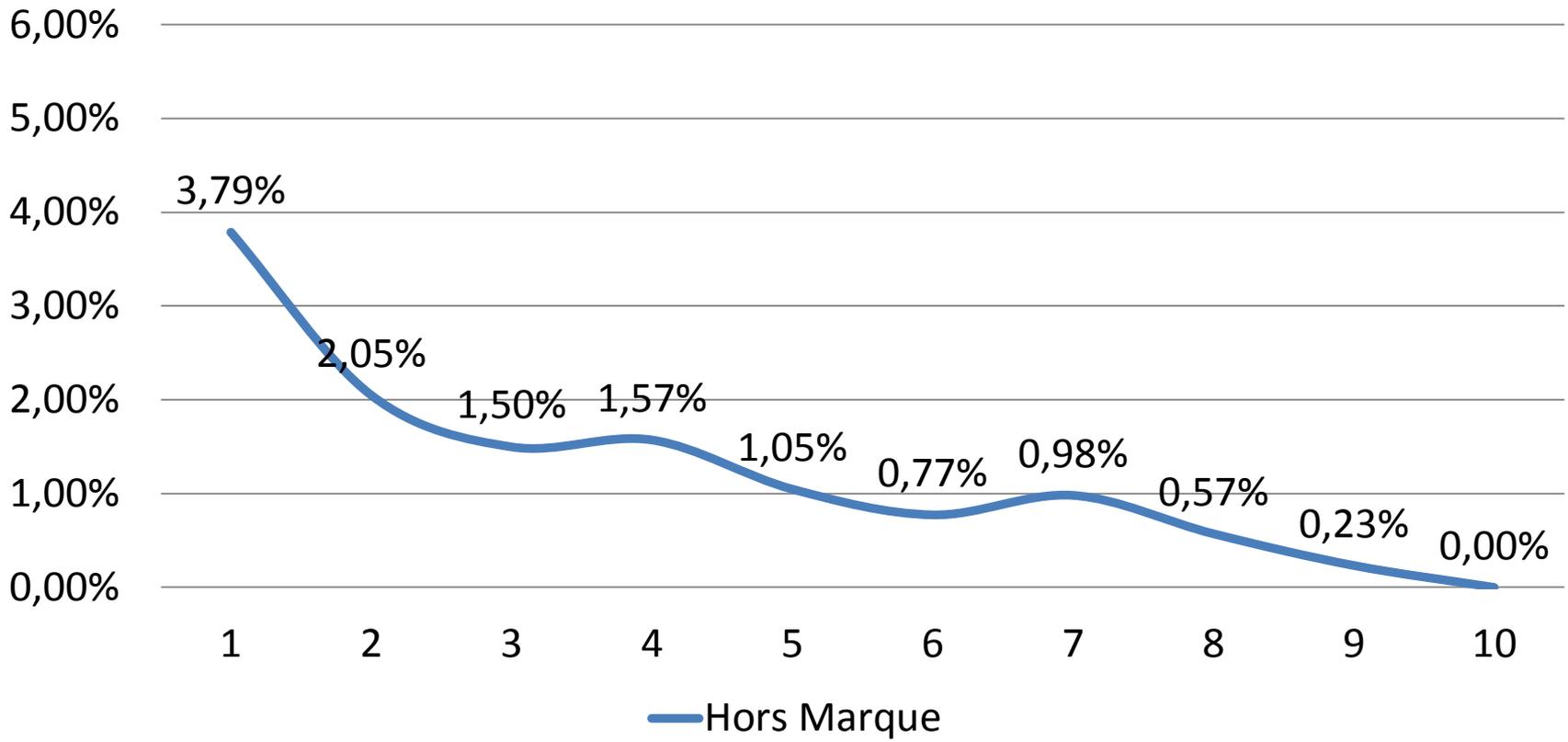
# Taux de clics SEA

## CTR SEA - Marque



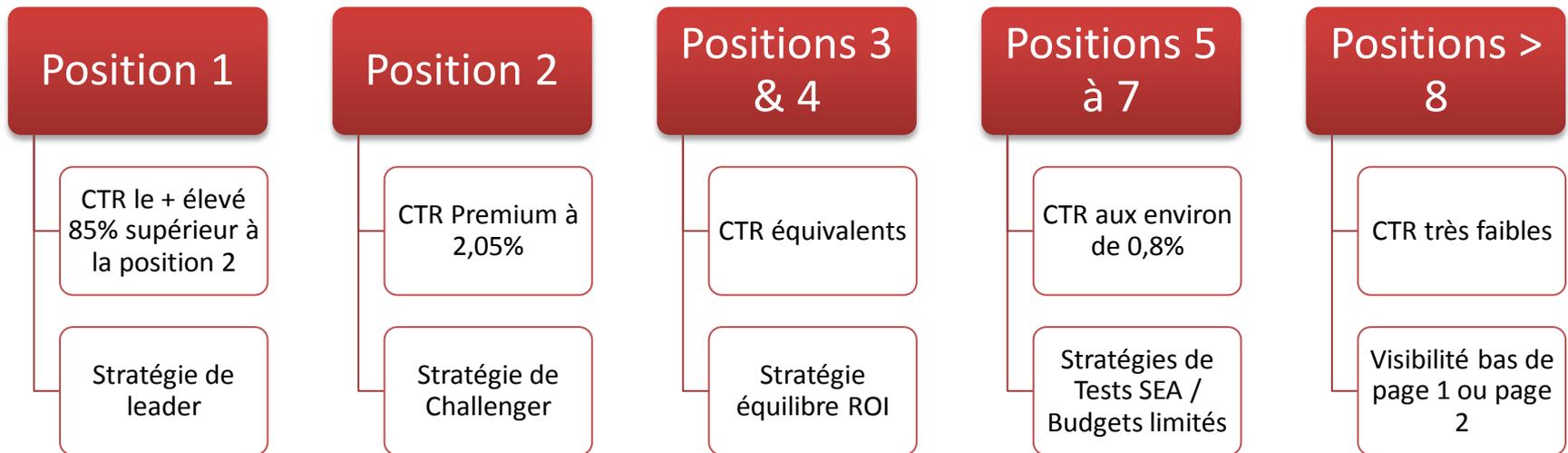
# Taux de clics SEA

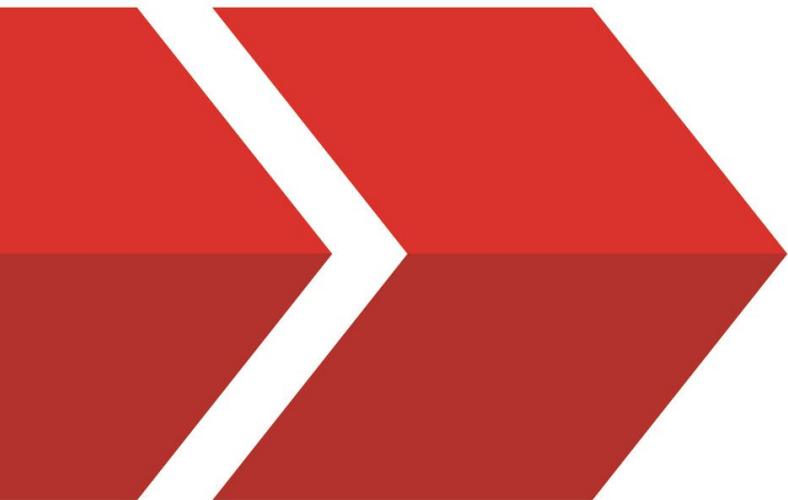
## CTR SEA - Hors Marque



# Taux de clics SEA

## ➤ Conclusions sur des stratégies SEA Hors Marque





# Sitelinks

# Qu'est ce qu'un Sitelinks ?

## ➤ Rappel

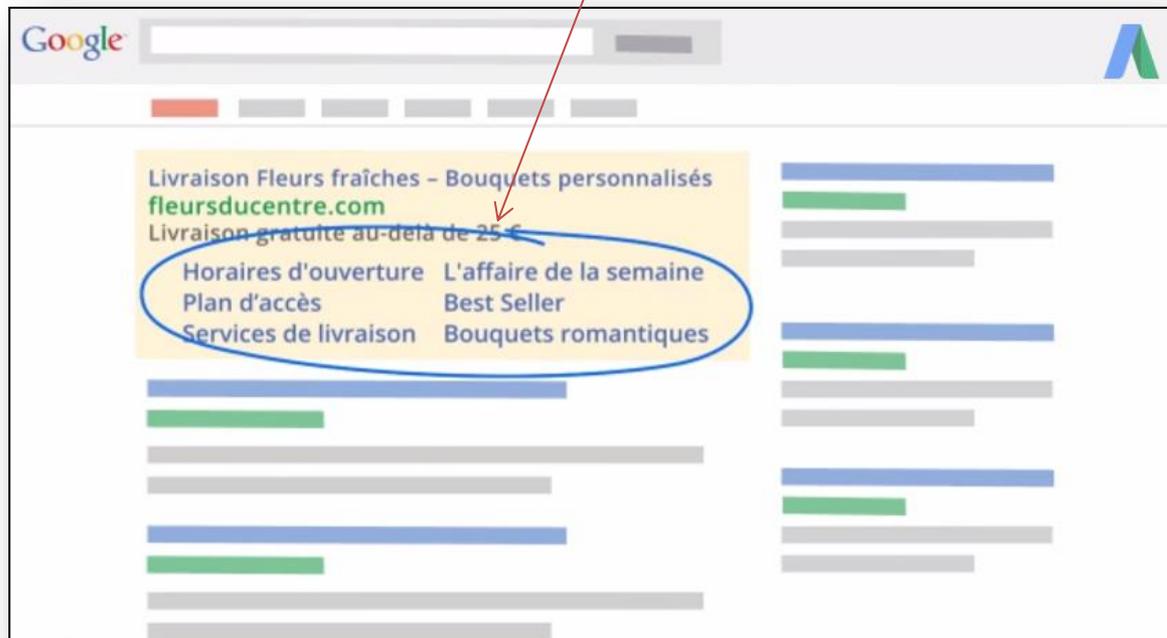
- › Sitelinks = Liens annexes
- › Lancés en novembre 2009



# Qu'est ce qu'un Sitelinks ?

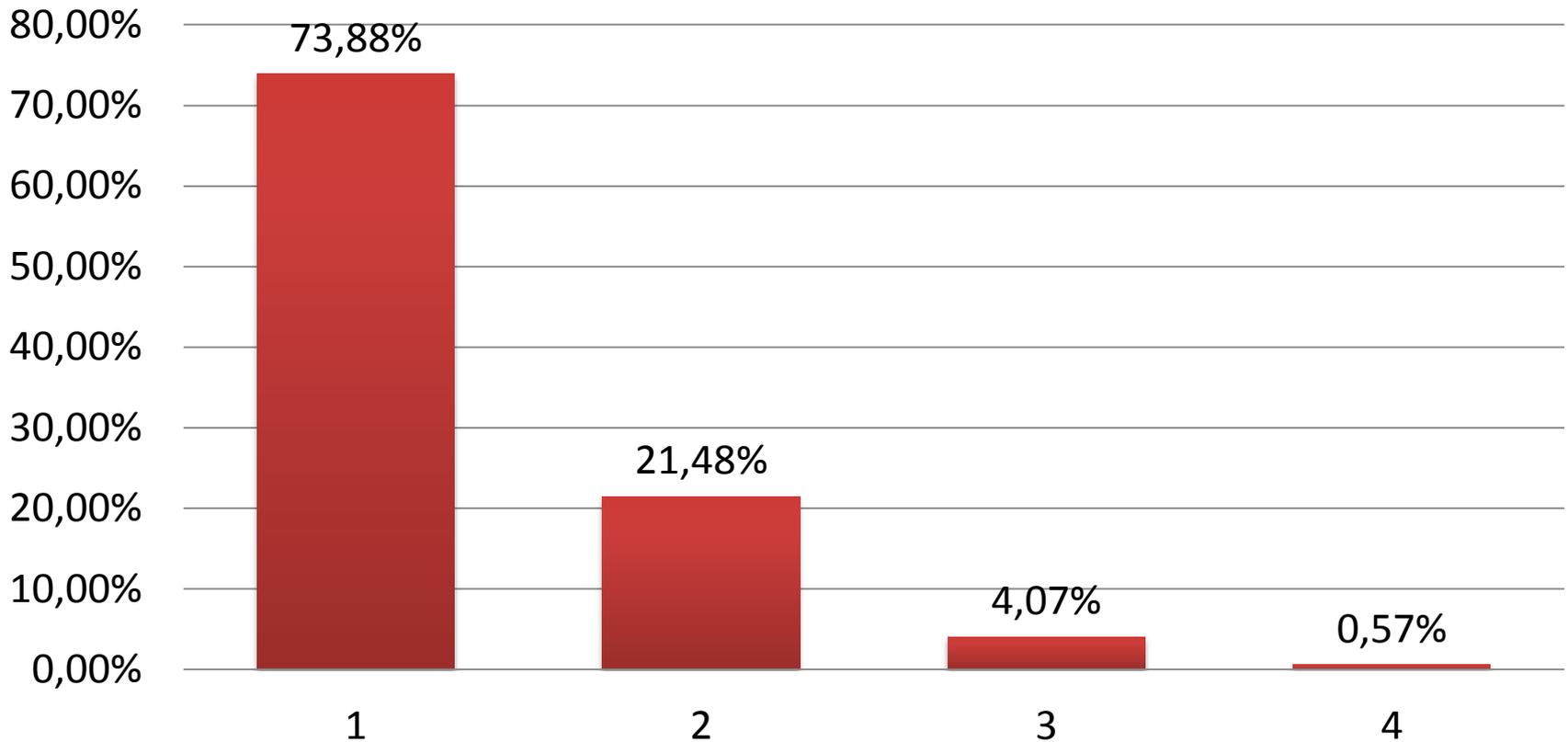
## ➤ Bénéfices attendus

Amélioration de la visibilité de vos annonces  
Meilleur taux de clics



# Position des Sitelinks

Affichage des sitelinks (% des impressions)



# Position des Sitelinks

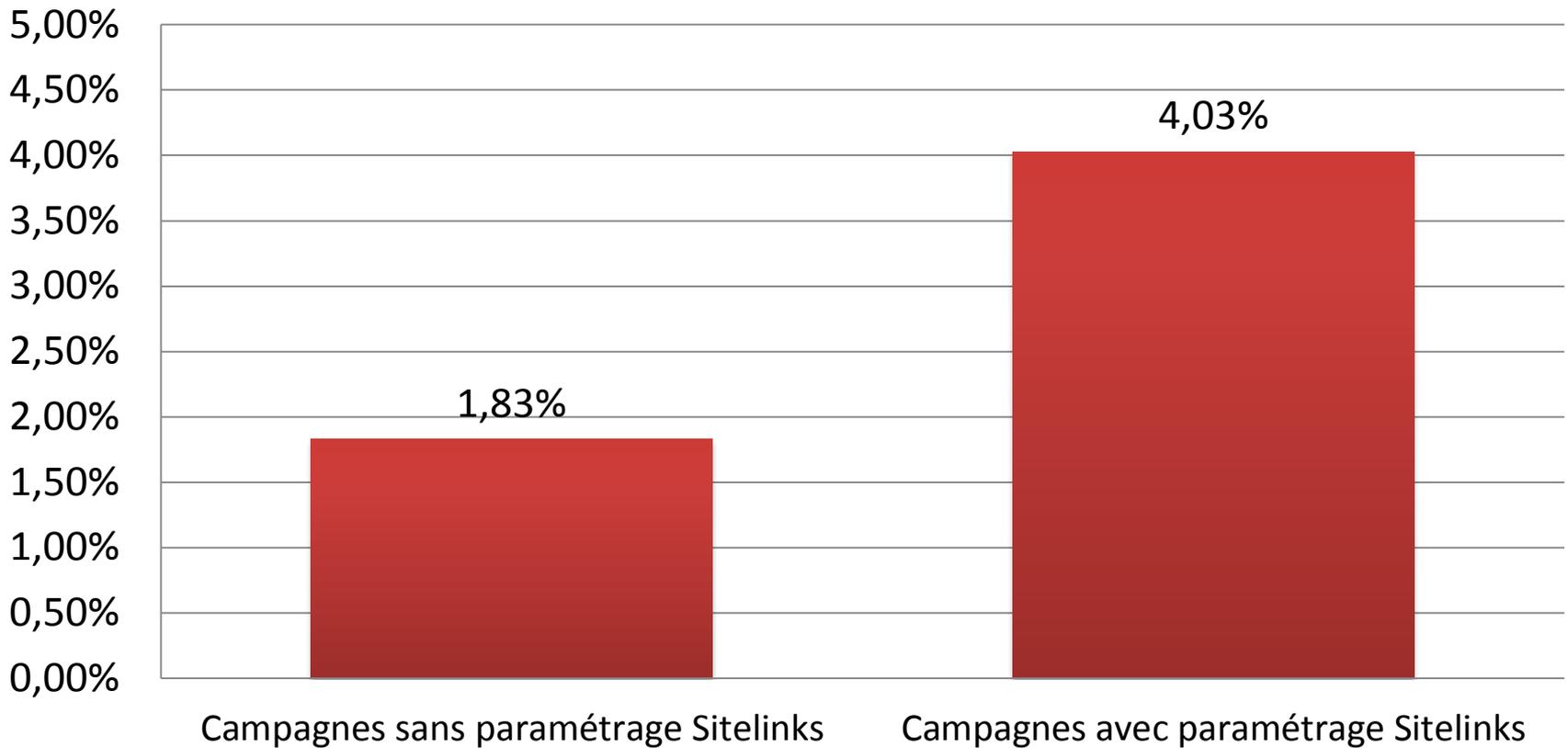
+ de 70% des affichages de sitelinks se font en 1<sup>ère</sup> position.



Le « boost » sitelinks profite aux annonceurs visant les positions 1 et 2.

# Taux de clics des campagnes

## Taux de clics (avec ou sans paramétrage des sitelinks)



# Taux de clics des campagnes

**+ 120% de taux de clics**

pour les campagnes  
ayant des Sitelinks

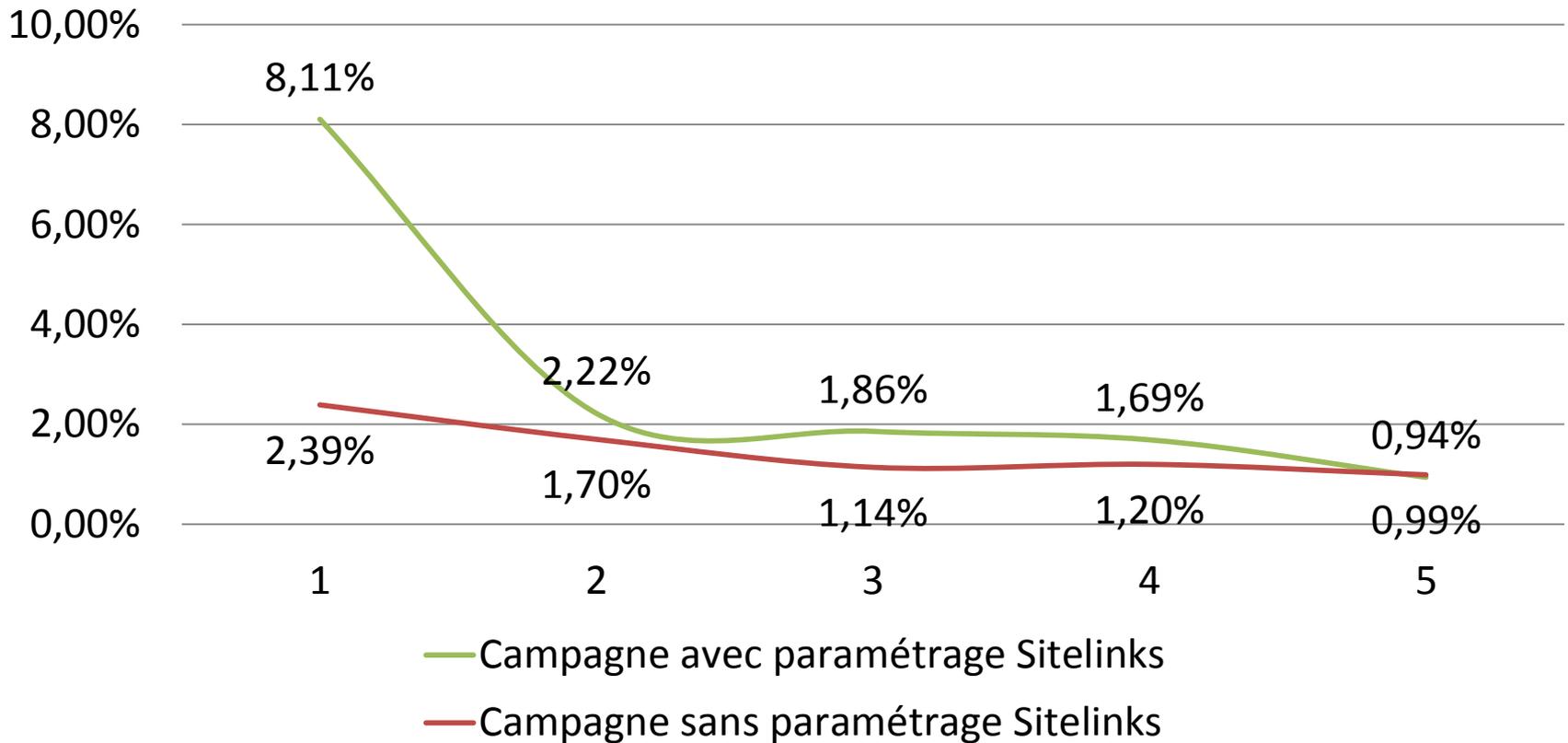


**Impact fort**

des sitelinks sur le  
taux de clics

# Taux de clics des campagnes

## Taux de clics des campagnes par position

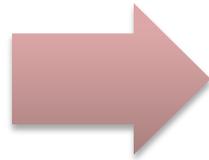


\* Données à partir des campagnes contenant des sitelinks

# Taux de clics des campagnes

## Position 1

- + 5,72 points de CTR (impact des annonces marque) pour les campagnes avec sitelinks



## Positions 2 à 4

- Boost de 30 à 60% du taux de clics pour les campagnes avec sitelinks

# Taux de clics des Sitelinks

➤ Le clic se fait-il sur l'annonce ou sur les Sitelinks ? \*

Type de clics	Impressions	Clics	CTR
Liens sitelinks	34 653 403	224 115	0,65%
Annonces	98 050 091	3 812 925	3,89%
Total général	132 703 494	4 037 040	3,04%

\* Données relatives aux annonces ayant déclenché l'affichage de sitelinks

# Taux de clics des Sitelinks

## ➤ Observations

Les liens annexes sont peu cliqués par les internautes.

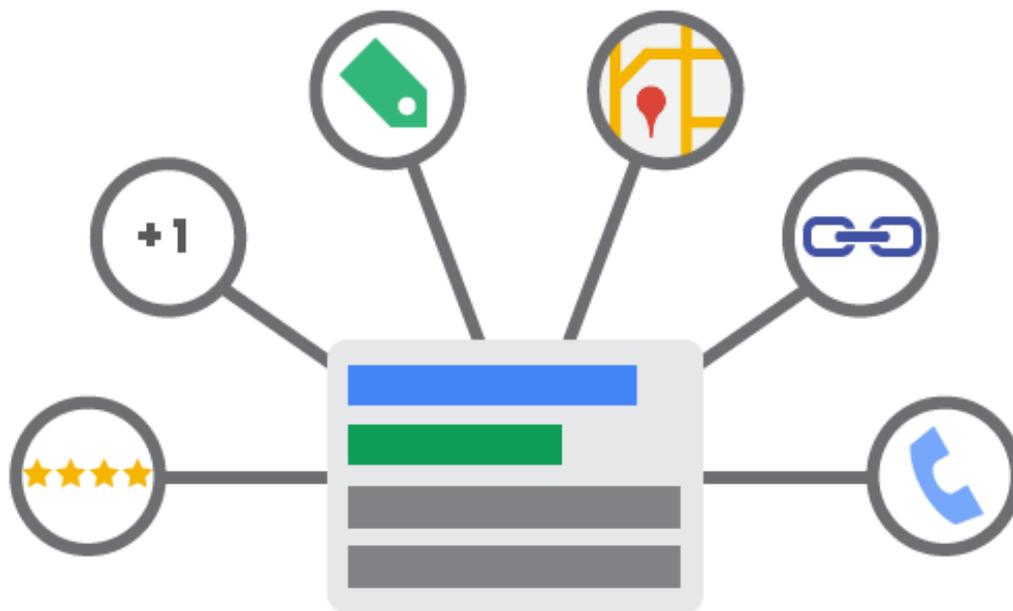
Le rôle des sitelinks est d'augmenter la surface de visibilité.



# Extensions d'annonce

# Taux de clics par type d'extension

## ► Extensions d'Annonces



# Taux de clics par type d'extension

The screenshot displays the Google Ads interface for 'Campagnes en ligne'. At the top, there are navigation tabs: 'Campagnes', 'Groupes d'annonces', 'Paramètres', 'Annonces', 'Mots clés', 'Audience', and 'Extensions d'annonces'. The 'Extensions d'annonces' tab is highlighted with a red box. Below the tabs, there is a dropdown menu for 'Afficher : Extensions d'avis' which is also highlighted with a red box. The menu lists several extension types: 'Extensions Liens annexes', 'Extensions de lieu', 'Extensions d'appel', 'Extensions d'application', 'Extensions d'avis', and 'Extensions d'accroche'. A red arrow points from the 'Extensions d'annonces' tab to the 'Extensions d'avis' option in the dropdown menu. Below the menu, there are various filters and a message: 'Il n'existe pas encore de statistiques sur la période'. At the bottom, there are buttons for 'Extension au niveau du compte', 'Extension de campagne', and 'Extension de groupe d'annonces', along with a checkbox for 'Extension d'avis au niveau du compte'.

## Extensions administrables

- Liens annexes (classiques, mega)
- Lieu
- Avis
- Appel
- Application
- Accroches
- Shopping

## Extensions non administrables

- Liens annexes dynamiques
- Seller Ratings
- Extensions sociales (GG+)
- Extensions d'images

## Bêta

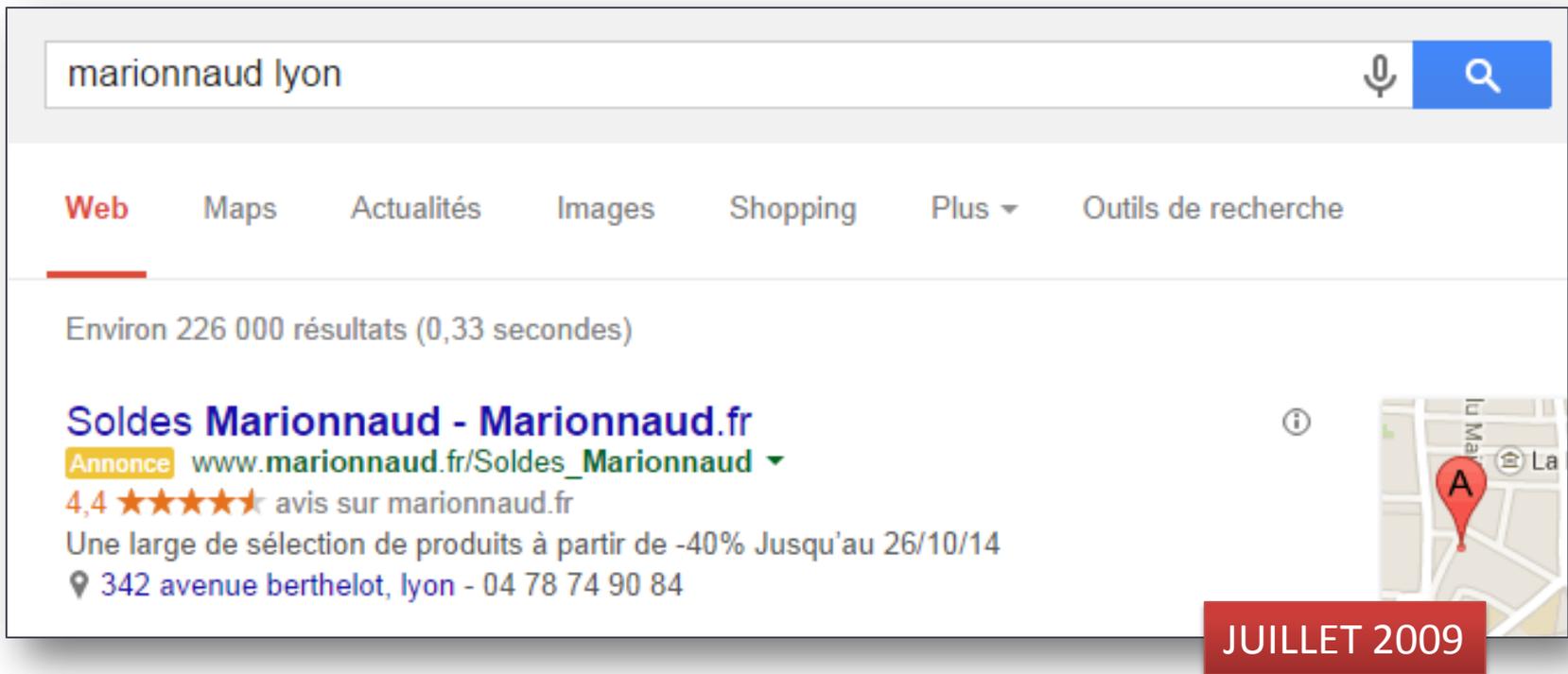
- Consumer Rating Annotations (UK, US & Canada)
- ...

## Les disparus

- Extensions de communication (newsletters)
- Extensions Champs de formulaire
- Extensions de produits (> PLAs > Shopping)
- ...

# Taux de clics par type d'extension

## ➤ Extensions de lieu



The screenshot shows a Google search interface with the query 'marionnaud lyon'. The search results are filtered to 'Web'. The top result is for 'Soldes Marionnaud - Marionnaud.fr', which includes a location extension. The extension displays a 4.4-star rating, a 5-star icon, and a map snippet with a red pin labeled 'A'.

marionnaud lyon

Web Maps Actualités Images Shopping Plus ▾ Outils de recherche

Environ 226 000 résultats (0,33 secondes)

**Soldes Marionnaud - Marionnaud.fr** ⓘ

**Annonce** [www.marionnaud.fr/Soldes\\_Marionnaud](http://www.marionnaud.fr/Soldes_Marionnaud) ▾

4,4 ★★★★★ avis sur marionnaud.fr

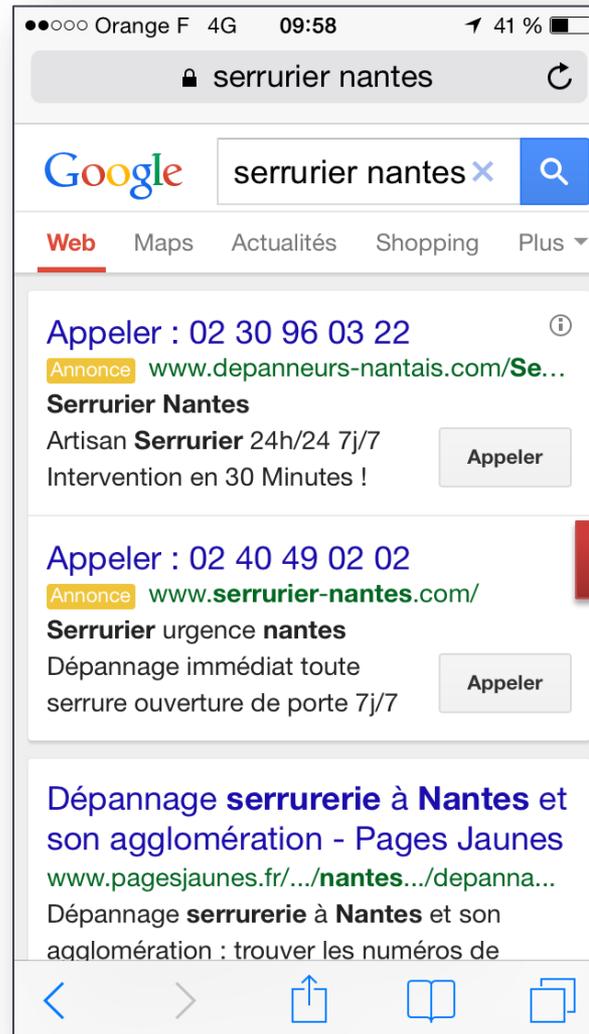
Une large de sélection de produits à partir de -40% Jusqu'au 26/10/14

📍 342 avenue berthelot, lyon - 04 78 74 90 84

JUILLET 2009

# Taux de clics par type d'extension

## ► Extensions d'appel



OCTOBRE 2010

# Taux de clics par type d'extension

## ➤ Extensions Google Shopping

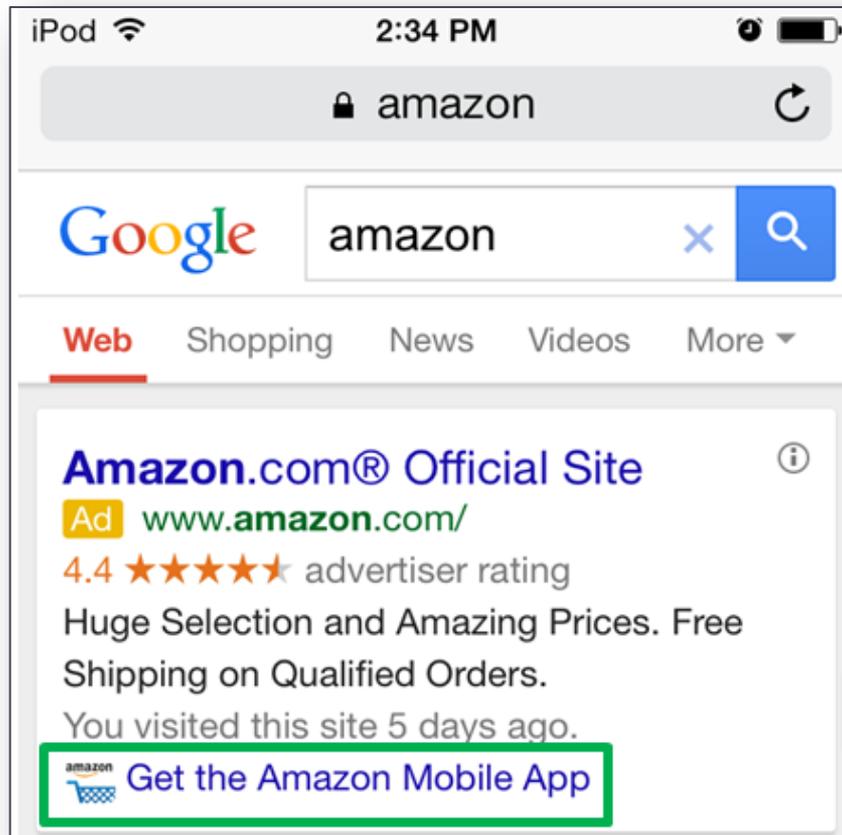
Résultats sur Google Shopping pour **table ronde** Lien commercial ⓘ

			
<b>Table Ronde</b> Noir L110 cm 149,00 € Sofactory.fr	<b>Kitson, table</b> <b>ronde</b> en frêne 119,00 € Made.com Fr...	<b>Table ronde</b> Equinox 199,00 € Menzzo.fr	<b>Table Ronde</b> Noir L80 cm x 119,00 € Sofactory.fr

DECEMBRE 2010 (FR)

# Taux de clics par type d'extension

## ➤ Extensions d'applications



Début 2013

# Taux de clics par type d'extension

## ➤ Extensions d'images

Ads related to **sydney hotels** ⓘ



[Discover your dream \*\*Sydney\*\* hotel](#)

[www.example.com/](http://www.example.com/)

Enjoy your **Sydney** vacation at the scenic Example **hotel**.

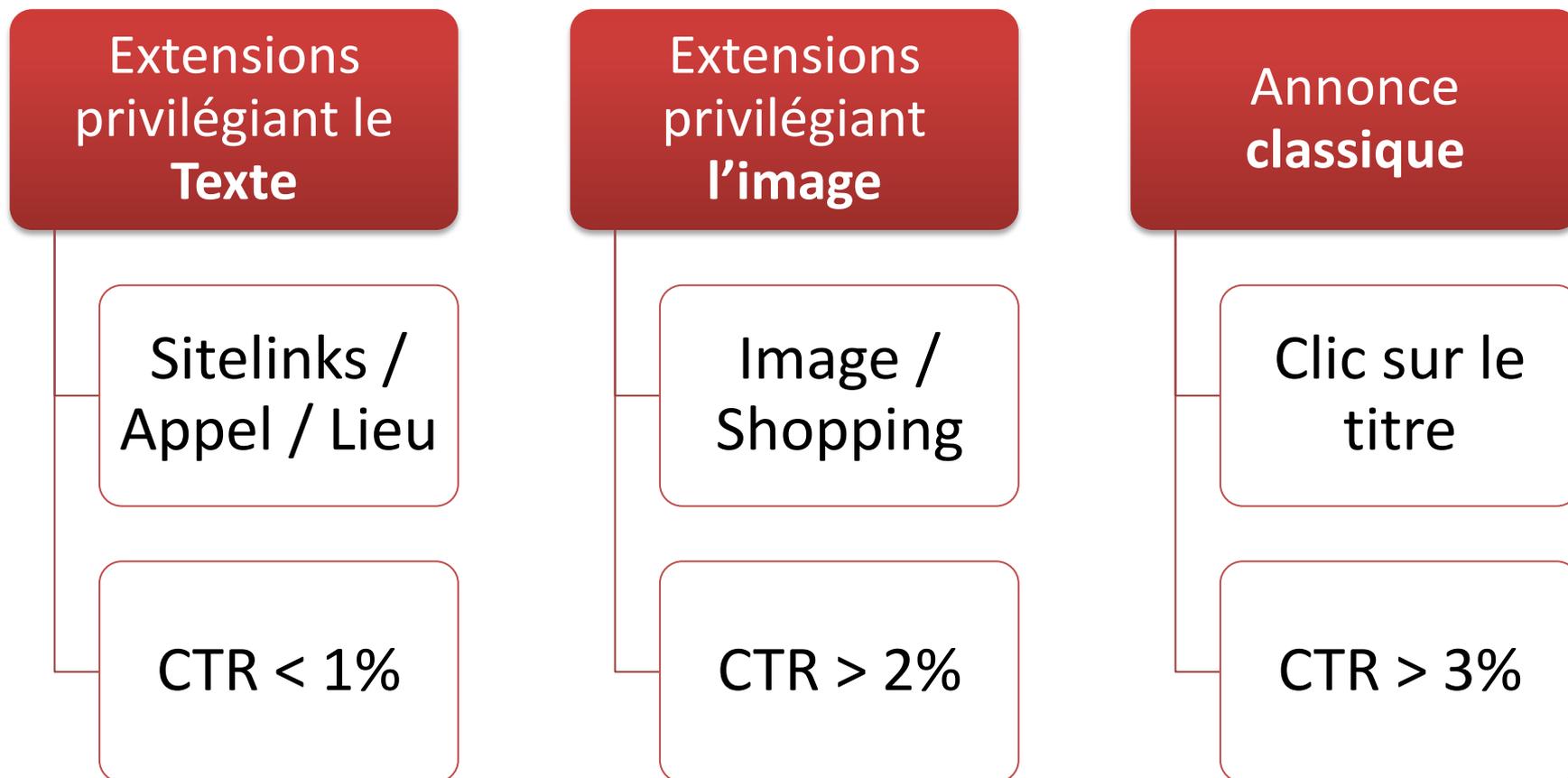
[Nearby landmarks](#) - [Book a room](#) - [Package options](#)

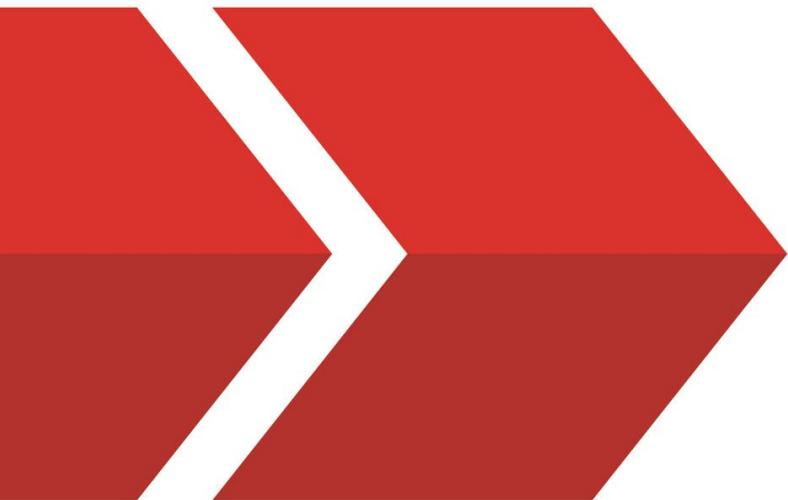
JUIN 2013

# Taux de clics selon l'extension d'annonce

Type de clics	Impressions	Clics	CTR
<b>Titre</b> (annonces classique)	121 969 113	4 116 946	<b>3,38%</b>
Extensions <b>d'image</b>	5 053	141	<b>2,79%</b>
Extensions <b>de lieu (position)</b>	23 590	553	<b>2,34%</b>
Google <b>shopping</b>	5 942 197	129 905	<b>2,19%</b>
Extensions <b>d'application</b>	21 570	197	<b>0,91%</b>
Extensions <b>Liens annexes</b> (Sitelinks)	34 672 388	224 200	<b>0,65%</b>
Extensions <b>d'appel</b>	1 701 282	4 702	<b>0,28%</b>
Extensions de lieu (Itinéraire)	958 849	1 502	<b>0,16%</b>

# Taux de clics selon l'extension d'annonce





# Synthèse

# Synthèse

- Les CTR par position mettent en avant **plusieurs niveaux de stratégies** :
  - › 1<sup>ère</sup> position
  - › 2<sup>ème</sup> position
  - › positions 3 et 4
  - › positions 5 à 7.
- **Les sitelinks favorisent bien le taux de clics** des annonces de par la surface de visibilité gagnée. Ils ne sont cependant que rarement cliqués.
- Sans surprise, derrière le titre de l'annonce, **les extensions les plus visuelles bénéficient des taux de clics les plus élevés.**
- **Google pousse l'insertion des liens annexes** et vient, en juillet 2014, d'activer les **extensions d'annonces dynamiques.**