



TOUS LES CONSEILS
POUR CRÉER PLUS DE TRAFIC SUR VOTRE SITE.



LYCOS



voila.fr



YAHOO!

overture
a **YAHOO!** company





POUR CRÉER PLUS DE TRAFIC, PENSEZ INTERNAUTE.

Vous voulez créer encore plus de trafic sur votre site ? Alors gardez en tête un principe important : les internautes ont tous des réflexes de recherche différents et veulent accéder à l'information en un nombre de clics minimum. Overture vous permet de parfaitement anticiper le comportement des internautes en vous offrant la possibilité d'être rapidement trouvé par tous. Comment ? En vous donnant tous les conseils pour optimiser votre liste de mots clés, base du modèle Overture.

1 — Les internautes utilisent, pour vous trouver, des mots clés auxquels vous n'auriez pas pensé.

Pour qualifier votre activité ou les produits que vous vendez, les recherches des internautes iront des expressions les plus détaillées aux formulations les plus génériques.

SOLUTION :

Disposer d'un large éventail de mots clés préalablement testés sur www.overture.fr ! C'est indispensable pour être certain d'être trouvé par vos clients. Et c'est rentable puisque vous ne payez qu'au clic !


➔ Trouvez de nouveaux mots clés recherchés par les internautes et testez leur pertinence grâce à l'outil "voir les mots clés recherchés" disponible gratuitement sur notre site www.overture.fr. Pour tout mot clé, il vous indique tous les autres mots ou expressions clés qui ont été cherchés le mois précédent sur le réseau de distribution Overture. Il vous informe aussi du nombre exact de recherches qui ont été faites sur chacune de ces expressions.

Voir mots clés recherchés

Vous ne savez pas sur quels mots clés faire une offre ? Saisissez un mot clé en rapport avec l'activité de votre site et nous vous montrons :

- Les requêtes liées à votre mot clé
- Le nombre de requêtes effectuées sur ce mot clé le mois dernier

Voir les recherches effectuées pour: (cela peut prendre jusqu'à 30 secondes)

bateau 

Recherches faites en Mars 2005

Nombre	Mot clé
32306	bateau
9376	location bateau
7353	bateau occasion
6794	petit bateau
5617	bateau mouche
5147	annonces bateau
4545	permis bateau
3558	vente bateau
2510	moteur bateau
2341	bateau corse
2244	bateau moteur

Pour accéder à cette page, rendez-vous sur www.overture.fr, cliquez sur "Centre Annonceurs" et choisissez "Sélection de mots clés" dans la rubrique "Outils".

CLIC?
URL?
TITRE?



➤ **Créez des catégories de mots clés** liées à votre activité

exemple

Une agence immobilière qui a acheté les mots “vente appartement, vente immobilier, maison à vendre, location maisons neuves, louer appartement, maisons anciennes, etc.” a tout intérêt à organiser ces mots clés en catégories. Elle peut classer “vente appartement, vente immobilier, maison à vendre” dans une catégorie “Vente” ; “location maisons neuves, louer appartement” dans une catégorie “Location” ; et “maisons anciennes” dans “Ancien”. Cela lui facilitera la gestion de ses mots clés.

➤ **Développez au maximum chaque catégorie** de mots clés.

exemple

Pour une agence immobilière, il est judicieux de développer la catégorie “Appartement” en y ajoutant des mots clés comme “Loft”, “F3”, “F4”, “Duplex”. Cela lui permettra de couvrir plus de requêtes des internautes de manière plus systématique.

➤ **Capitalisez sur des mots clés** en rapport avec des événements saisonniers : Fête des mères, Noël, week-end férié.

ASTUCES DE RÉDACTION :

➤ **Rédigez des titres et des descriptions précis et explicites.**

- Soyez descriptif. Plus de détails sur le contenu de votre site, c’est plus de pertinence pour l’internaute et plus de chances de transformer les clics en ventes. Cela met l’internaute en confiance.
- Soyez incitatif. Utilisez des verbes d’action à l’impératif dans vos titres : cela incite l’internaute à cliquer.
- Écrivez des phrases concises : ce qui est formulé simplement est compris immédiatement.
- Répétez toujours votre mot clé dans votre titre et votre description : cela rassure.
- Ne répétez pas les informations de votre titre dans la description : vous communiquerez plus de renseignements.

Un exemple de lien sponsorisé parfait pour le mot clé “fleur” est :

Commandez un beau bouquet de fleurs sur (nom du site).

(Nom de l’annonceur) vous propose une sélection de composition florale et de plantes fleuries à petit prix. Livraison gratuite dans toute la France.

➤ **Choisissez des URL directes.**

exemple

Pour une requête “lecteur DVD”, l’URL du distributeur hi-fi qui apparaît en lien sponsorisé doit conduire directement à la page lecteur DVD de son site, et non sur sa page d’accueil.



POUR CRÉER PLUS DE TRAFIC, PENSEZ INTERNAUTE.

2_ Les internautes recherchent par mots clés, mais aussi par expressions.

Il existe presque autant de méthodes de recherche que d'internautes. En effet, pour vous trouver, un internaute donné entrera dans la boîte de recherche de son moteur favori un seul mot clé quand un autre formulera une expression complète.

SOLUTION :

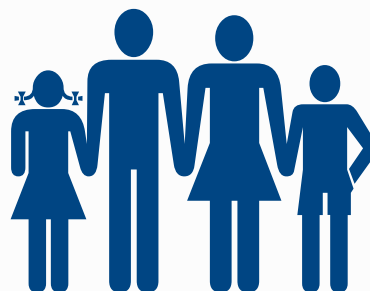
Pour vous permettre d'anticiper les comportements des internautes sans multiplier le nombre de vos mots clés, Overture met à votre disposition plusieurs options de ciblage.

➤ Le ciblage exact



L'option de ciblage exact est votre source principale de trafic. C'est par ce biais que vous recevez aujourd'hui toutes vos visites sur votre site. Par exemple : si vous avez acheté "bateau à moteur", votre lien sponsorisé apparaît dans les résultats à chaque fois qu'un internaute tape la requête "bateau à moteur".

Sachez qu'avec cette option, votre lien sponsorisé s'affiche lorsque la recherche de l'internaute correspond exactement à vos mots clés, en tenant compte d'éventuelles variations singulier / pluriel, avec / sans accents et des fautes d'orthographe courantes.



➤ Le ciblage avancé

L'option de ciblage avancé affiche vos liens sponsorisés dès que votre mot clé est inclus dans la requête de l'internaute, que cette requête soit exactement identique à votre mot clé ou bien à votre mot clé associé à d'autres mots.

Par exemple : si vous avez acheté "bateau à moteur", votre lien sponsorisé apparaît dans les résultats si l'internaute cherche "bateau à moteur", ou bien "bateau à moteur hors-bord", ou encore "bateau neuf à moteur".



➤ Choisir la bonne option de ciblage pour vos mots clés

Utilisez l'option de ciblage avancé pour des mots clés spécifiques, c'est-à-dire ceux qui caractérisent le mieux votre offre produit ou vos services. Pour les termes plus génériques qui peuvent s'appliquer à d'autres entreprises que la vôtre, utilisez l'option de ciblage exact.

➤ Comment activer ou désactiver les options de ciblage ?

Rendez-vous dans le DirecTraffic Centre. Dans la section "Sponsored Search", choisissez le sous-menu "Gérer les offres". Sélectionnez ensuite le mot clé que vous souhaitez passer en option de ciblage avancé et cliquez sur "Options de ciblage". Pour finir, optez pour l'option qui vous convient. Pour toute question, contactez notre Service Clientèle au 0800 904 068.



POUR CRÉER PLUS DE TRAFIC, PENSEZ INTERNAUTE.

3_ Les internautes cliquent surtout sur les premiers résultats de recherche.

Vitesse, simplicité, effort minimum... l'internaute souhaite trouver ce qu'il cherche avec la plus grande facilité. De ce fait, dans les moteurs de recherche, les trois premières positions représentent des places de choix pour toucher les internautes.

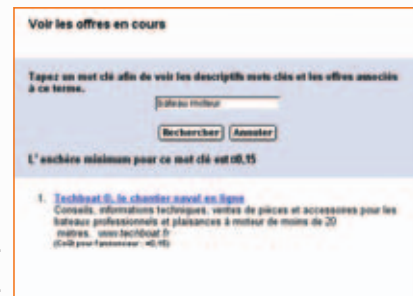
SOLUTION :

Faire en sorte que vos liens sponsorisés apparaissent toujours entre la position 1 et 3 dans les moteurs de recherche. De cette manière, vous apparaissez à coup sûr chez tous les partenaires de distribution Overture. En effet, sachez que certains de nos partenaires n'affichent que les 3 premiers liens sponsorisés de notre liste complète d'annonceurs, même si plus de 10 annonceurs ont acheté un même mot clé. Entre la position 1 et 3, vous vous assurez aussi les meilleurs taux de clics puisque vous êtes idéalement placé.

Pour apparaître dans les 3 premières positions :

➤ Choisissez les mots clés qui représentent le mieux votre activité et proposez les enchères les plus importantes sur ces mots clés en vous servant de notre outil gratuit "Offres en cours" accessible sur le site www.overture.fr.

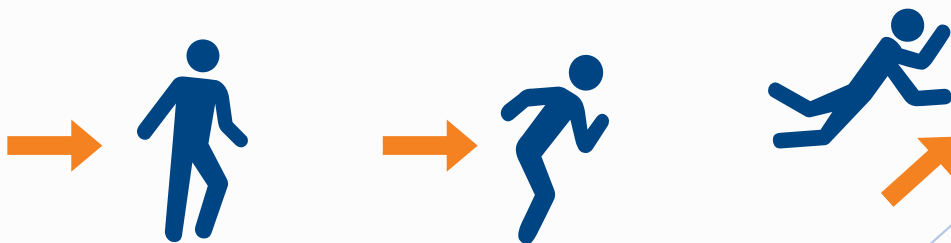
➤ Déterminez aussi les mots clés les plus rentables pour votre activité et positionnez-vous en conséquence. Pour les repérer, utilisez Conversion Counter.



Pour accéder à cette page, rendez-vous sur www.overture.fr, cliquez sur "Centre Annonceurs" et choisissez "Voir les offres en cours" dans la rubrique "Outils".

À SAVOIR :

Si deux annonceurs sont prêts à payer le même coût au clic pour un mot clé donné, Overture donnera la meilleure position dans les résultats de recherche à l'annonceur ayant été le premier dans le temps à faire son offre.



FOCUS :

Conversion Counter : la solution pour trouver rapidement vos mots clés les plus rentables

Grâce à Conversion Counter, vous pouvez savoir pour chaque mot clé :

- Combien de ventes il vous a permis de générer,
- Combien de formulaires ont été remplis grâce à lui,
- Combien d'abonnements ont été souscrits grâce à lui,
- etc.

Au regard des statistiques réalisées par Conversion Counter, vous pouvez optimiser votre liste de mots clés en :

- Repérant les mots clés les plus rentables et en proposant des enchères plus importantes,
- Supprimant les mots clés qui ne réalisent pas de conversion,
- Ajoutant des mots clés à votre liste,
- Modifiant vos options de ciblage.

L'activation de Conversion Counter est rapide, simple et gratuite.

Connectez-vous au DirecTraffic Centre sur la page "Synthèse du compte" de votre campagne, cliquez sur "Traquez vos résultats avec Conversion Counter". Sélectionnez ensuite le type de conversion que vous souhaitez traquer, et cliquez sur "Inscription". Cette inscription est gratuite. Après avoir accepté les termes et conditions, vous arrivez sur une page où Overture vous fournit un code HTML qui vous permettra de suivre vos transformations.

Il vous suffit alors de demander à votre webmaster de copier et coller ce code HTML sur la page de votre site web qui confirme à l'internaute que son inscription à votre newsletter, que son achat, ou que sa demande de formulaire en ligne ont bien été enregistrés et confirmés.

Une fois ce code installé, lorsque vous vous connecterez à la page "Synthèse de votre compte", vous trouverez deux nouvelles informations : "Nombre total de conversions" et "Taux de conversion".

Si vous souhaitez plus d'informations sur l'installation de cet outil, n'hésitez pas à nous contacter au [0800 904 068](tel:0800904068).





POUR GÉRER VOTRE COMPTE, PENSEZ DIRECTRAFFIC CENTRE.

Le DirecTraffic Centre a été spécialement conçu pour vous permettre de gérer en ligne votre compte, simplement et en temps réel. Pour y accéder, rendez-vous sur <http://www.overture.fr>, cliquez sur “Connectez-vous” en haut, à droite. Munissez-vous de vos nom d'utilisateur et mot de passe, et vous y êtes.

1 Vous voulez connaître l'état général de votre compte.

Utilisez la section “Synthèse de compte” de votre compte dans le DirecTraffic Centre.

Dans cette section, vous :

A Consultez l'activité de votre compte

AVANTAGE :

Vous obtenez un état des lieux complet des performances de vos liens sponsorisés et de vos liens contextuels en termes de clics, de coût au clic et de coût total. Si vous avez installé Conversion Counter, vous découvrez aussi le nombre de vos conversions et votre coût par conversion. D'un coup d'œil, vous pouvez évaluer ce qu'un lien sponsorisé vous rapporte parallèlement à ce qu'il vous coûte.

B Vérifiez le statut de votre compte

AVANTAGE :

À tout moment, vous disposez d'une synthèse de l'état de vos liens sponsorisés, du solde de votre compte, de vos dépenses moyennes par jour et du délai avant épuisement de votre crédit. Des informations décisives pour calculer votre retour sur investissement, régler vos factures dans les temps et ainsi ne pas risquer de stopper votre campagne en cas d'oubli de paiement.

C Activez ou désactivez votre compte, vos liens contextuels, l'option de ciblage avancé ou les URL de tracking

ET AUSSI :

AVANTAGE :

Vous pouvez augmenter votre trafic en activant les liens contextuels et l'option de ciblage avancé pour obtenir encore plus de contacts. Vous pouvez également choisir de mieux contrôler les résultats de votre compte en sélectionnant les URL de tracking. Et enfin afin de mieux suivre la saisonnalité de votre activité, vous pouvez activer ou désactiver votre compte comme vous le souhaitez.

A Consultez les activités de votre compte

B Vérifiez le statut de votre compte

Compte | Gestion de fonds | Rapports | Liens sponsorisés Sponsored Search | Content Match

Rapport de synthèse du compte | Configuration du compte | Modifier le profil | Modifier le mot de passe | Modifier l'intitulé du compte | Personnaliser les pages

Rapport de synthèse du compte

Téléchargement groupé Aide Page

Afficher les statistiques pour : Les 7 derniers jours

Liens sponsorisés Liens sponsorisés Sponsored Search								
Date	Nb. total d'impressions	Total des clics	Coût par clic	Coût total (€)	Taux de clics (%)	Nb. total de conversions	Taux de conversion (%)	Coût par conversion (€)
05/08	3 576	35	0,15	5,33	0,98	0	0,0	0,00
05/07	4 969	24	0,16	3,82	0,48	0	0,0	0,00
05/06	5 222	41	0,20	8,27	0,79	0	0,0	0,00
05/05	5 758	62	0,23	14,33	1,08	0	0,0	0,00
05/04	4 589	53	0,22	11,52	1,15	0	0,0	0,00
05/03	3 903	56	0,18	10,35	1,43	0	0,0	0,00
05/02	4 482	68	0,18	12,04	1,52	0	0,0	0,00

Vous ne voyez aucune donnée de conversion ? Cliquez ici.

Liens contextuels Content Match™								
Date	Nb. total d'impressions	Total des clics	Coût par clic	Coût total (€)	Taux de clics (%)	Nb. total de conversions	Taux de conversion (%)	Coût par conversion (€)
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Vous ne voyez aucune donnée de conversion ? Cliquez ici.

Statut de votre compte (10 mai 2005 02 h 15 PDT) Actualiser

Liens sponsorisés Sponsored Search/Content Match

- Liens sponsorisés en ligne : 218
- Liens sponsorisés désactivés : 0
- Liens sponsorisés à revoir (faible Click Index) : 1
- Liens sponsorisés retirés récemment : 0
- Budget (Modifier) : N/A
- Solde du compte (Approvisionner votre compte) : -€580,36
- Dépenses moyennes par jour : €5,81
- Délai approximatif avant épuisement du solde : 600 jours

Compte : Actif
Option de ciblage avancé : Actif
Liens contextuels : Inactif
URL de tracking Ouverture : Actif

Centre d'Assistance
© 2005 Overture Services, Inc. Tous droits réservés.

Pour accéder à cette page, rendez-vous sur www.overture.fr, cliquez sur "Connectez-vous" et identifiez-vous en inscrivant votre nom d'utilisateur et votre mot de passe.

C Activez ou désactivez les liens contextuels et l'option de ciblage avancé





POUR GÉRER VOTRE COMPTE, PENSEZ DIRECTRAFFIC CENTRE.

2_ Vous désirez modifier les paramètres de vos liens sponsorisés.

Utilisez la section "Sponsored Search" de votre compte dans le DirecTraffic Centre.

Dans cette section, vous :

A Ajoutez de nouveaux liens sponsorisés

AVANTAGE :

Une section spécifique vous permet ensuite de choisir vos mots clés, titres, descriptions et URL. Notre outil de "Sélection de mots clés" vous y aide.

B Changez vos offres

AVANTAGE :

L'actualisation de vos offres se fait en temps réel. Lorsque vous cliquez sur "Mettre à jour les offres", vous apparaissez quasi instantanément dans les résultats de recherche à votre nouvelle position. Dans la colonne « Les 5 offres maximales », vous apercevez rapidement toutes les enchères existant sur le mot clé que vous avez choisi. Vous pouvez ainsi visualiser très aisément votre position.

C Mettez vos liens sponsorisés en ligne ou hors ligne

AVANTAGE :

Au besoin, vous suspendez en toute simplicité votre campagne sur le réseau Overture.

D Modifiez vos options de ciblage

AVANTAGE :

Vous attribuez à vos mots clés l'option de ciblage adéquate pour obtenir encore plus de contacts qualifiés.

E Consultez votre Click Index™

AVANTAGE :

Vous comparez les performances de votre lien sponsorisé par rapport à d'autres liens sponsorisés pour le même mot clé.

F Affichez les statistiques de vos mots clés

AVANTAGE :

D'un coup d'œil, vous vérifiez la rentabilité de vos mots clés.

- C** Mettez vos liens sponsorisés en ligne ou hors ligne
- A** Ajoutez des descriptifs mots clés
- D** Modifiez vos options de ciblage

- B** Changez vos offres
- E** Consultez votre Click Index™
- F** Affichez les statistiques de vos mots clés

Pour accéder à cette page, rendez-vous sur www.overture.fr, cliquez sur "Connectez-vous", identifiez-vous en inscrivant votre nom d'utilisateur et votre mot de passe et choisissez l'onglet "Sponsored Search".





POUR GÉRER VOTRE COMPTE, PENSEZ DIRECTRAFFIC CENTRE.

3_ Vous voulez connaître tous les rapports sur vos mots clés, vos catégories et vos factures.

Utilisez la section "Rapports" de votre compte dans le DirecTraffic Centre.

Dans cette section, vous :

A Générez un rapport global journalier de votre compte

AVANTAGE :

À tout moment, vous suivez les performances de vos liens sponsorisés et obtenez toutes les informations pour calculer votre retour sur investissement.

AVANTAGE :

B Affichez les statistiques par mot clé de votre compte

Vous trouvez immédiatement toutes les statistiques pour chacun de vos mots clés.

ET AUSSI :

C Consultez votre facture mensuelle

AVANTAGE :

Vous pouvez consulter ou imprimer votre facture pour suivre l'évolution de vos dépenses. Cette facture est aux normes de comptabilité française.



A Générez un rapport global journalier de votre compte

B Affichez les statistiques par mot clé de votre compte

Rapport de synthèse du compte
Vue d'ensemble du nombre total de clics ainsi que du coût total et du coût par clic, synthétisés pour tous les mots clés.

Rapport de synthèse par mot clé
Vue d'ensemble des totaux cumulés pour chacun de vos mots clés par offre moyenne, position moyenne, nombre total de clics et coût total.

Rapport de synthèse journalier du compte
Synthèse des données d'activité de votre compte en fonction des clics journaliers, du coût par jour et du coût global par clic.

Rapport détaillé de l'activité par mot clé
Informations sur un mot clé donné par offre, position, clics, coût et URL.

Rapport détaillé de l'activité du compte
Informations détaillées sur les mots clés d'un compte particulier en fonction du montant des offres, des positions, du nombre de clics, du coût et de l'URL.

Rapport détaillé de l'activité par adresse URL
Informations sur un URL donné, notamment le mot clé, l'offre, la position, les clics, le coût et l'URL.

Rapports financiers mensuels
Consultez vos factures, relevés de comptes et rapports d'activité. Cette section permet aux clients de visualiser leurs anciennes factures. Les données sont disponibles pour les six derniers mois.

Rapport détaillé des opérations de facturation
Données historiques de toutes les opérations de facturation effectuées sur votre compte. Les données sont disponibles pour le mois en cours, le mois précédent et les trois, six, neuf ou douze mois précédents. Les données sont actualisées tous les jours et reflètent toutes les opérations jusqu'au 5 nov. 2004 00 h 00 mn 00 s PT.

Synthèse des catégories
Informations sur vos catégories, y compris l'offre moyenne, la position moyenne, le nombre total de clics et le coût total.

Détails des catégories
Informations sur les mots clés de chacune de vos catégories.

Rapport détaillé de l'activité par option de ciblage (25 meilleurs mots clés)
Affiche les Impressions, Clics et Taux de clics pour les 25 meilleurs ciblage pour chaque mot clé inclus dans l'option de ciblage avancé.

Rapport détaillé de l'activité par option de ciblage (taux de clics le plus faible)
Affiche les Impressions, Clics et Taux de clics pour les 25 ciblage présentant les taux de clics les plus faibles pour chaque mot clé inclus dans l'option de ciblage avancé.

Rapport détaillé de l'activité du compte au cours de la journée
Mise à jour plusieurs fois par jour avec les dernières informations disponibles pour les mots clés en fonction du montant des offres, des positions, du nombre de clics, du coût et de l'URL.

Pour accéder à cette page, rendez-vous sur www.overture.fr, cliquez sur "Connectez-vous", identifiez-vous en inscrivant votre nom d'utilisateur et votre mot de passe et choisissez l'onglet "Rapports".

C Consultez votre facture mensuelle





POUR GÉRER VOTRE COMPTE, PENSEZ DIRECTRAFFIC CENTRE.

4_ Vous souhaitez gérer vos dépenses en toute simplicité.

Utilisez la section "Gestion de fonds" de votre compte dans le DirecTraffic Centre.

Dans cette section, vous :

A Activez le budget journalier

AVANTAGE :

En choisissant de définir un budget journalier, vous vous assurez de ne jamais dépenser le budget que vous vous êtes fixé. Cette option vous permet d'être en ligne toute la journée et chaque jour du mois : elle répartit vos dépenses de manière égale tout au long de la journée. Vous n'avez plus besoin de venir ré-approvisionner votre compte tous les mois.

2 conseils : 1 - Ne sous-estimez pas votre budget ; vous risqueriez de limiter le trafic potentiel qu'Overture pourrait vous apporter.

2 - Vérifiez que ce budget est toujours adapté à votre compte, notamment lorsque vous y apportez des modifications, en ajoutant de nouveaux mots clés par exemple.

B Ajoutez des fonds à votre compte

AVANTAGE :

Lorsque votre compte arrive à épuisement ou que vous décidez d'anticiper une opération particulière, vous saisissez tout simplement le montant que vous souhaitez créditer sur votre compte Overture selon vos prévisions.

C Mettez à jour votre carte de crédit

AVANTAGE :

Vous modifiez les coordonnées de votre carte de crédit pour approvisionner votre compte en cas de changement de banque ou de vol par exemple.

- A** Activez le budget journalier **B** Ajoutez des fonds à votre compte

[Budget journalier](#) | [Créditer votre compte](#) | [Ajouter une méthode de paiement](#) | [Mettre à jour la méthode de paiement](#)

Budget journalier

[Aide sur la page](#)

Activité du compte: (au 8 novembre 2004 09:00:00 PST)

Solde du compte: **-€1 073,94**
Dépenses moyennes par jour: **€17,16**
Délai approximatif avant épuisement du solde: **128 jours**

1. Entrez un budget journalier

Pour activer la fonctionnalité de budget journalier vous devez d'abord sélectionner « Activer le budget » ci-dessous. Vous pouvez ensuite entrer un budget journalier pour votre compte entier.

Activer le budget
 Désactiver le budget (Trafic continu)

Budget du compte
Cocher la case « Activer le budget » et entrez un montant de budget journalier.

Budget journalier	Budget mensuel approximatif	Impressions	Clics	Coût par clic	CTR	Coût	Conversions	% de conversion	Coût par conversion
<input type="text" value="1,00"/>	30,00	989	14	0,22	1,42	3,10	0	0,00	0,00

Centre d'assistance
© 2004 Overture Services Inc. Tous droits réservés.

Pour accéder à cette page, rendez-vous sur www.overture.fr, cliquez sur "Connectez-vous", identifiez-vous en inscrivant votre nom d'utilisateur et votre mot de passe et choisissez l'onglet "Gestion de fonds".

- C** Mettez à jour votre carte de crédit



GLOSSAIRE

■ Clic

Action qui permet à un internaute d'arriver sur une page, via un lien. Les annonceurs d'Overture ne paient que les clics qui dirigent les internautes vers leur site (par opposition à un système de paiement à l'impression : c'est-à-dire à chaque fois qu'un lien sponsorisé apparaît sur une page de résultats de recherche).

■ Description

Élément du lien sponsorisé, la description est le texte qui permet aux internautes de comprendre ce que le site de l'annonceur propose. La description ne doit pas dépasser 250 caractères ; elle doit être sans emphase et contenir de préférence le mot clé pour être plus efficace, c'est-à-dire générer plus de clics qualifiés de la part des internautes.

■ Enchère

Pour chaque mot clé, l'annonceur propose le prix qu'il est prêt à payer pour chaque clic vers son site. Le système de classement des liens sponsorisés sur la page de résultat correspond aux enchères : l'annonceur qui paie le clic le plus cher figure en première position, et ainsi de suite par ordre décroissant. L'annonceur peut changer le prix proposé à tout moment via l'interface de gestion de son compte (DirecTraffic Centre).

■ Mot clé

Élément majeur dans le système Overture, le mot clé participe à décrire l'activité de l'annonceur. Lorsqu'un internaute fait une requête, il cherche également par mot clé. C'est donc l'élément qui lie annonceurs et internautes dans le modèle Overture. Par exemple, un voyageur choisit le mot clé "billet d'avion". Si un internaute tape "billet d'avion" sur le moteur Voilà, alors il verra apparaître en tête de liste le lien sponsorisé du voyageur en question.

■ Prix minimum

Prix plancher au-dessous duquel les annonceurs ne peuvent enchérir. Le prix minimum actuel est 15 centimes d'euro par clic.

■ Titre

Élément du lien sponsorisé, le titre est le texte qui décrit en résumé ce que contient le site de l'annonceur. Le titre ne doit pas dépasser 60 caractères, il doit être sans emphase et contenir de préférence le mot clé pour être plus efficace, c'est-à-dire générer plus de clics qualifiés de la part d'internautes.

■ URL de direction

Adresse d'un site web qui permet de le trouver sur Internet. Par exemple, l'URL du site Overture est www.overture.fr.



SERVICE CLIENTÈLE

0800 904 068
DE 9H À 17H30

ADRESSE

19-21 RUE POISSONNIÈRE
75002 PARIS
FRANCE

WWW.OVERTURE.FR

RCS PARIS B 442 044 087