

# TEST DE POSITIONNEMENT

## Formation Google Ads

Nom – Prénom :

Date :

Bienvenue au test de positionnement pour la formation "Google Ads". Ce test évalue vos connaissances et compétences préalables sur l'utilisation de Google Ads pour créer, gérer et optimiser des campagnes publicitaires en ligne. Il comprend 20 questions à choix multiples, chacune avec 4 propositions de réponses. Choisissez la réponse qui vous semble la plus appropriée.

**\*\*Questions :\*\***

1. Qu'est-ce que Google Ads ?
  - a) Une plateforme de création de sites web
  - b) Un outil de gestion de réseaux sociaux
  - c) Une plateforme publicitaire de Google permettant de créer des annonces en ligne
  - d) Un logiciel de gestion de la relation client (CRM)
  
2. Quelle est la principale méthode de facturation utilisée par Google Ads ?
  - a) Par impression
  - b) Par nombre de clics (CPC – coût par clic)
  - c) Par téléchargement
  - d) Par vue
  
3. Qu'est-ce qu'une "campagne" dans Google Ads ?
  - a) Une page web dédiée à un produit
  - b) Un groupe d'annonces partageant un objectif et un budget commun
  - c) Un profil utilisateur sur Google Ads
  - d) Un compte Google

Document actualisé le 09/09/2024

4. Quel est l'avantage principal du "réseau de recherche" dans Google Ads ?
- a) Diffuser des annonces sur YouTube
  - b) Diffuser des annonces textuelles lorsque les utilisateurs effectuent une recherche sur Google
  - c) Créer des vidéos publicitaires
  - d) Augmenter la vitesse du site web
5. Que signifie l'acronyme "CTR" dans Google Ads ?
- a) Coût total réel
  - b) Clics par temps réel
  - c) Taux de clics (Click-Through Rate)
  - d) Taux de conversion rapide
6. Quel est l'objectif du "Quality Score" (Score de Qualité) dans Google Ads ?
- a) Déterminer la qualité du site web de l'annonceur
  - b) Évaluer la pertinence de l'annonce, des mots-clés et de la page de destination
  - c) Calculer le nombre de clics par jour
  - d) Mesurer la durée d'une campagne
7. Que signifie "CPC" dans le cadre d'une campagne Google Ads ?
- a) Coût Par Clic
  - b) Campagne Publicitaire Complète
  - c) Consultation par Compte
  - d) Conversion Par Client
8. Qu'est-ce qu'un "mot-clé négatif" dans Google Ads ?
- a) Un mot-clé qui n'a pas été approuvé par Google
  - b) Un mot-clé exclu pour éviter que l'annonce ne soit diffusée pour des termes non pertinents
  - c) Un mot-clé avec un coût élevé
  - d) Un mot-clé qui augmente le coût des annonces
9. Comment Google Ads détermine-t-il l'ordre des annonces dans les résultats de recherche ?
- a) En fonction du montant total dépensé par l'annonceur

Document actualisé le 09/09/2024

- b) En fonction de l'enchère maximale et du Quality Score de l'annonce
  - c) En fonction du nombre de clics
  - d) En fonction du nombre d'annonces créées
10. Quelle est la fonction du "remarketing" dans Google Ads ?
- a) Envoyer des emails de suivi aux utilisateurs
  - b) Diffuser des annonces aux utilisateurs qui ont déjà visité votre site web
  - c) Créer des annonces pour des produits physiques uniquement
  - d) Augmenter le nombre de mots-clés dans une campagne
11. Qu'est-ce qu'une "conversion" dans Google Ads ?
- a) Le nombre de clics sur une annonce
  - b) Une action significative effectuée par un utilisateur, comme un achat ou une inscription
  - c) Le nombre de vues d'une vidéo
  - d) Le changement de mots-clés dans une campagne
12. Quel type d'annonce peut être diffusé sur le "réseau display" de Google Ads ?
- a) Annonces textuelles uniquement
  - b) Annonces visuelles, bannières et annonces vidéo sur des sites web partenaires de Google
  - c) Annonces imprimées
  - d) Annonces télévisées
13. Qu'est-ce qu'une enchère manuelle dans Google Ads ?
- a) Google détermine le coût automatiquement
  - b) L'annonceur définit lui-même le montant maximum qu'il est prêt à payer par clic
  - c) Google choisit les mots-clés les plus performants
  - d) Le montant est basé sur le nombre de conversions
14. Quelle est l'utilité d'un "planning des annonces" dans Google Ads ?
- a) Définir les jours et les heures de diffusion des annonces
  - b) Créer des annonces automatiquement
  - c) Augmenter le coût par clic
  - d) Remplacer les mots-clés non performants

Document actualisé le 09/09/2024

15. Quelle métrique est utilisée pour mesurer le retour sur investissement (ROI) dans Google Ads ?

- a) Le nombre de clics
- b) Le coût par clic (CPC)
- c) Le rapport entre le revenu généré par les conversions et les coûts publicitaires
- d) La durée de la campagne

16. Quel est l'intérêt d'utiliser Google Analytics avec Google Ads ?

- a) Créer des annonces automatiquement
- b) Suivre et analyser le comportement des visiteurs après avoir cliqué sur une annonce
- c) Augmenter les enchères automatiquement
- d) Remplacer les mots-clés par des termes plus populaires

17. Quelle stratégie d'enchères serait la plus adaptée pour maximiser les conversions avec un budget limité ?

- a) Enchères manuelles
- b) Enchères au coût par mille (CPM)
- c) Enchères au coût par clic (CPC) maximisé
- d) Enchères au coût par acquisition (CPA) ciblé

18. Quelle est la fonction principale des extensions d'annonce dans Google Ads ?

- a) Ajouter plus de mots-clés à une campagne
- b) Fournir des informations supplémentaires (numéro de téléphone, lien vers une page spécifique, etc.) pour enrichir l'annonce
- c) Augmenter le budget de la campagne
- d) Augmenter automatiquement le taux de conversion

19. Qu'est-ce qu'une campagne de shopping dans Google Ads ?

- a) Une campagne publicitaire pour vendre des produits physiques et afficher des annonces de produits avec images, prix et liens directs
- b) Une campagne visant à promouvoir des services
- c) Une campagne dédiée aux produits numériques uniquement
- d) Une campagne liée uniquement aux promotions de saison

Document actualisé le 09/09/2024

20. Qu'est-ce que le "taux d'impression" dans Google Ads ?

- a) Le pourcentage de clics sur une annonce
- b) Le pourcentage de fois où une annonce est affichée par rapport au nombre total d'affichages possibles
- c) Le nombre total de conversions obtenues
- d) Le nombre de mots-clés utilisés dans une campagne

**\*\*Barème de Notation : \*\***

- Chaque réponse correcte vaut 1 point.
- La note maximale est de 20 points.

**\*\*Pallier avec le Barème de Notation : \*\***

- 0-5 points : Connaissance de base
- 6-10 points : Connaissance intermédiaire
- 11-15 points : Bonne connaissance
- 16-20 points : Excellente connaissance

Assurez-vous de répondre à toutes les questions avant de soumettre votre test. Bonne chance !

Signature stagiaire :