

## 1. Choix des mots-clés

Trois mots-clés pertinents pourraient être :

- « chaussures course légères »
- « baskets running confortables »
- « chaussures course performance »

Ces mots-clés sont adaptés car ils correspondent précisément aux attentes des clients potentiels qui recherchent des chaussures de course avec des qualités spécifiques (légèreté, confort, performance). Cela améliore la pertinence des annonces.

## 2. Création d'une annonce attrayante

Exemple d'annonce :

- Titre : « Chaussures de Course Légères et Confortables »
- Description : « Découvrez notre sélection de baskets running, parfaites pour la performance et le confort. Livraison rapide et offres exclusives ! »

Cette annonce est claire, met en avant les bénéfices (légèreté, confort), et incite à l'action avec la mention de la livraison rapide.

### 3. Gestion du budget

Budget total = 130 €

Coût moyen par clic = 0,65 €

Nombre de clics possibles =  $130 \text{ €} \div 0,65 \text{ €} = 200$  clics

Vous pouvez donc espérer environ 200 clics avec ce budget.

### 4. Calcul du coût par acquisition (CPA)

Total dépensé = 130 €

Nombre de ventes = 20

CPA =  $130 \text{ €} \div 20 = 6,50 \text{ €}$  par vente

Rentabilité :

Bénéfice net par vente = 50 €

CPA = 6,50 €

Puisque le CPA est bien inférieur au bénéfice net par vente, la campagne est rentable. Vous dépensez 6,50 € pour obtenir une vente qui vous rapporte 50 €, ce qui est un bon retour sur investissement.