



Préparation et gestion de campagne

[Tous les mots-clés](#)

[Toutes les campagnes](#)

[Créer une campagne – Étape 1](#)

[Définir l'inclusion de l'emplacement – Étape 2](#)

[Ajouter des multiplicateurs de la mise – Étape 3](#)

[Créer des groupes d'annonces – Étape 4](#)

[Ajouter des articles à un groupe d'annonces – Étape 4 \(suite\)](#)

[Ajouter et sélectionner des mots-clés – Étape 5](#)

[Mises suggérées](#)





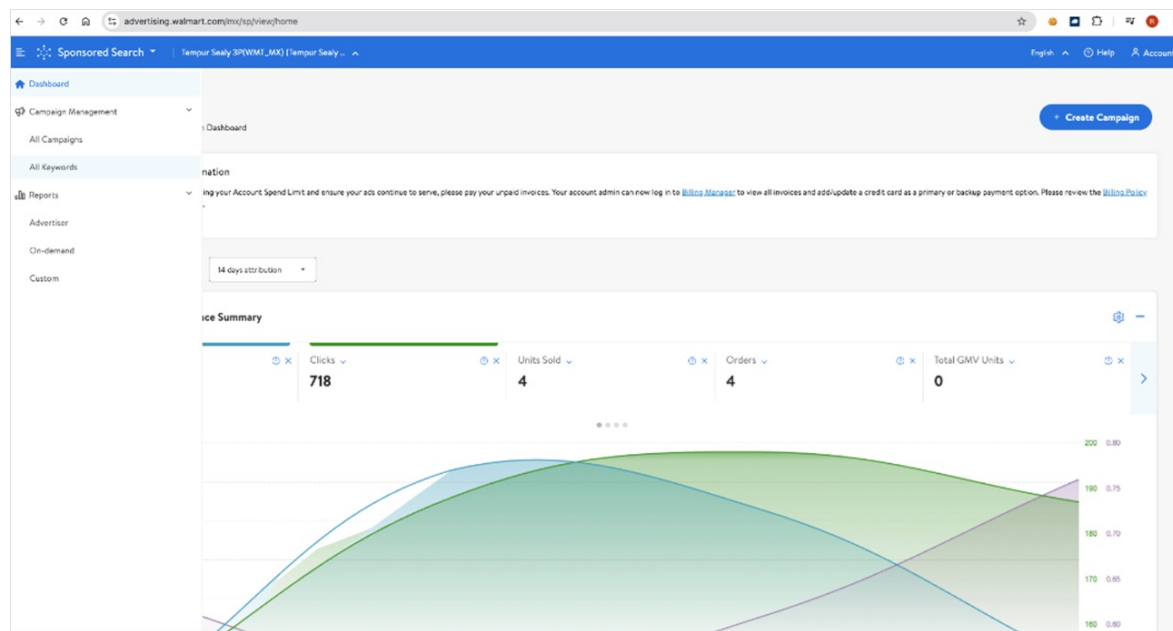
PAGE ALL KEYWORDS (TOUS LES MOTS-CLÉS)

Cet article présente une vue d'ensemble de la page All Keywords (tous les mots-clés) et explique comment utiliser cette fonctionnalité.

La page All Keywords (tous les mots-clés), qui se trouve sous All Campaigns (toutes les campagnes) dans la barre de navigation de gauche, permet à nos annonceurs de recherche subventionnée d'analyser plusieurs mots-clés, de les optimiser et d'élaborer des stratégies de manière efficace sur une seule page.

Cette page vous permet de faire ce qui suit :

- Analyser visuellement les mesures de rendement de plusieurs campagnes de recherche subventionnée à l'aide du tableau de bord du rendement.
- Élaborer des stratégies en utilisant les fonctions de recherche, de filtrage et de tri.
- Optimiser les recherches à l'aide d'actions rapides, comme l'activation ou la désactivation de plusieurs mots-clés à la fois.
- Personnaliser les données en choisissant quels points de données sont visibles dans le tableau de données.





Utilisation de la page All Keywords (tous les mots-clés)

La page All Keywords (tous les mots-clés) affiche 100 mots-clés par défaut, mais vous pouvez choisir d'afficher 50, 200 ou 300 résultats par page. Par défaut, la liste affiche tous les mots-clés associés aux campagnes en direct, en suspens et planifiées.

Remarque :
Les mots-clés des campagnes terminées ne sont pas affichés.

À propos du tableau de bord du rendement

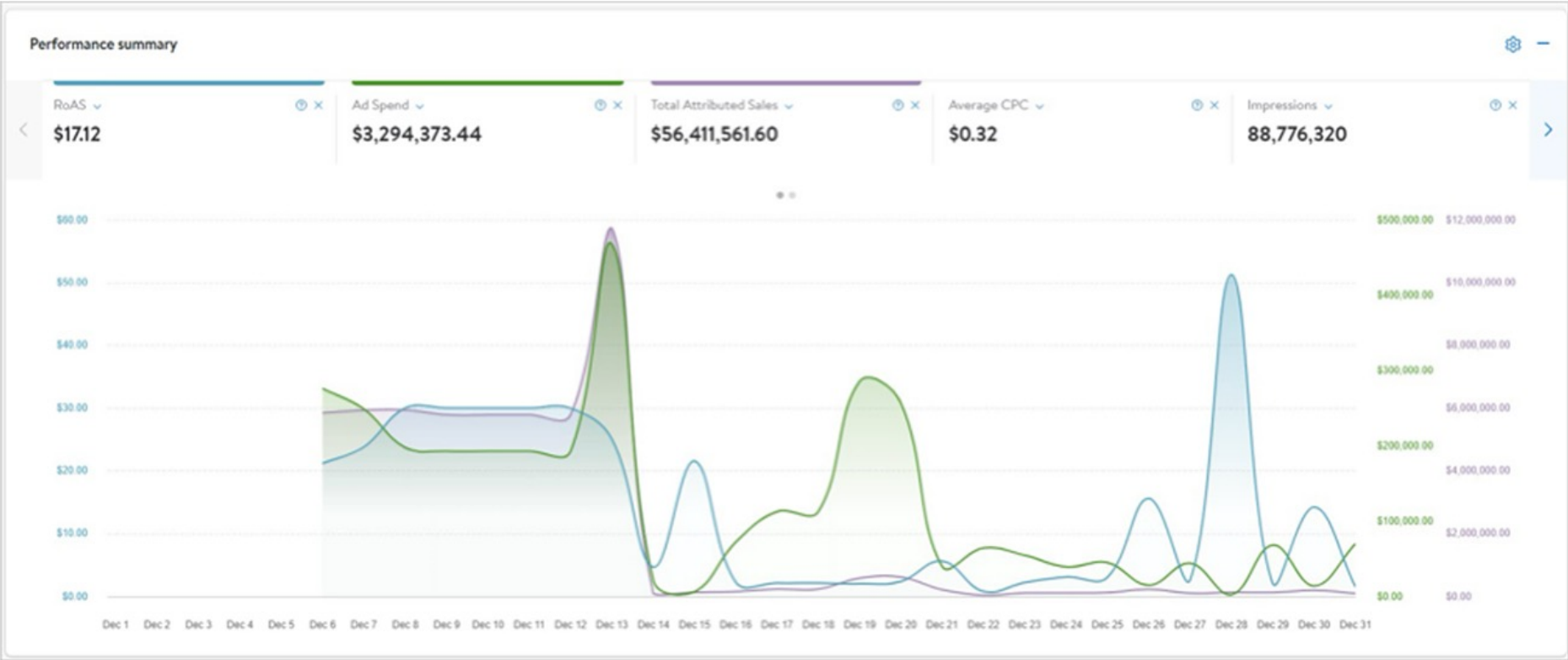
Le tableau de bord du rendement de la page All Keywords (tous les mots-clés) vous aide à surveiller et à optimiser vos campagnes.

Il vous aide notamment à faire ce qui suit :

- **Avoir une vue d'ensemble** : Obtenez un aperçu rapide et consolidé de l'état de votre campagne avec des mesures clés affichées ensemble pour faciliter la comparaison, comme le rendement des dépenses publicitaires, les dépenses liées à l'annonce et le total des ventes attribuées.
- **Approfondir vos connaissances** : Visualisez les tendances au fil du temps à l'aide de graphiques interactifs, comparez le rendement sur différentes périodes et fenêtres d'attribution et obtenez des informations qui vous permettront d'optimiser vos campagnes et vos mots-clés.
- **Optimiser l'efficacité et le rendement** : Grâce à une visualisation claire des données, vous pouvez prendre des décisions éclairées sur l'allocation du budget et le ciblage par mots-clés, afin d'améliorer considérablement le rendement.



PAGE ALL KEYWORDS (TOUS LES MOTS-CLÉS)





Utilisation du tableau de bord du rendement

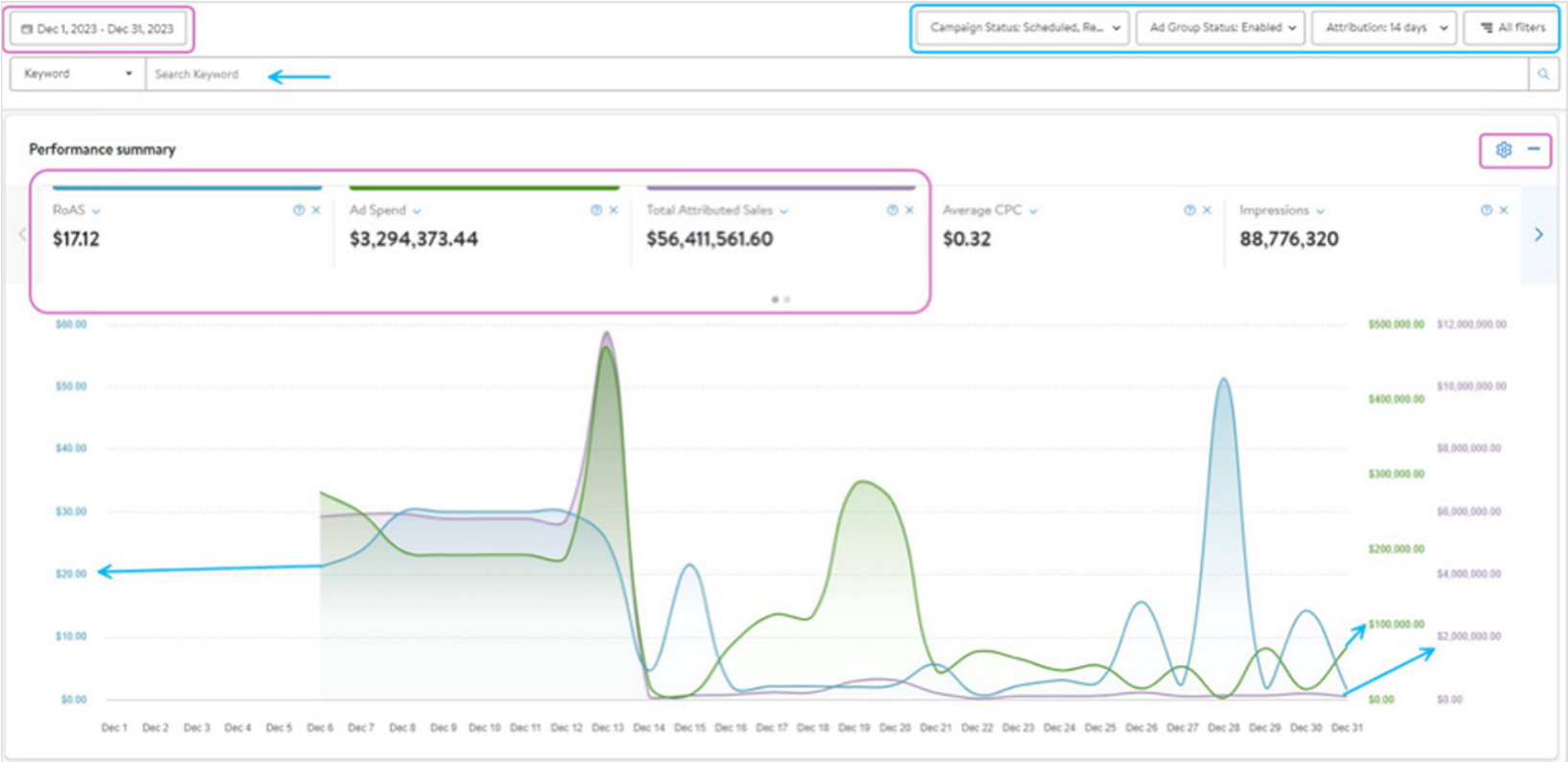
Le tableau de bord du rendement affiche par défaut les trois premières mesures : le rendement des dépenses publicitaires, les dépenses liées à l'annonce et le total des ventes attribuées. Vous pouvez facilement passer d'une mesure à l'autre. Il suffit de sélectionner la mesure voulue dans le haut de la page. Il est possible d'afficher jusqu'à trois mesures à la fois. Ainsi, si vous sélectionnez une nouvelle mesure à afficher sans en désélectionner une, le graphique désélectionnera automatiquement une mesure en commençant par la gauche. Toutes les mesures de rendement et de conversion sont disponibles, mais peuvent être facilement supprimées en cliquant sur le X à côté de

leur nom ou à partir de l'icône des paramètres du graphique.

L'axe des Y utilise un code de couleurs sur la gauche et la droite. Ces couleurs correspondent à la couleur des lignes dans le graphique. Le graphique peut être modifié en sélectionnant différentes périodes, campagnes, fenêtres d'attribution, états de campagne et filtres personnalisés. Les périodes de **plus d'un mois** sont divisées en sections hebdomadaires, et celles de plus de six mois sont divisées en sections mensuelles le long de l'axe des X.



PAGE ALL KEYWORDS (TOUS LES MOTS-CLÉS)





PAGE ALL KEYWORDS (TOUS LES MOTS-CLÉS)

À propos du tableau de données

Le tableau de données de la page All Keywords (tous les mots-clés) vous permet de faire ce qui suit :

- Analyser les mots-clés hors ligne en téléchargeant votre affichage personnalisé sous forme de fichier pour une analyse plus approfondie à tout moment.
- Effectuer des actions en bloc sur plusieurs mots-clés à la fois.

Manage your keywords (9)
For Sponsored Products (Manual) campaigns: Analyze performance metrics and make updates to your keywords. [Learn More](#)

☐ • Keyword	Match Type	Suggested Bid	Bid	Campaign Name	Campaign Id	Campaign Status	Ad Group Name	Ad Group Id	Ad Group Status	Total Attributed Sales	LRoAS	Ad Spend	Average CPC
☐ ☒ chocolate snack	Exact	\$0.80 Assess	\$0.80	Test_Feb_18-Manual	1524869	Paused	Chocolate	689837	Enabled	-	-	-	-
☐ ☒ chocolate snack	Phrase	\$0.80 Assess	\$0.80	Test_Feb_18-Manual	1524869	Paused	Chocolate	689837	Enabled	-	-	-	-
☐ ☒ chocolate snack	Broad	\$0.80 Assess	\$0.80	Test_Feb_18-Manual	1524869	Paused	Chocolate	689837	Enabled	-	-	-	-
☐ ☐ chocolate	Exact	\$0.80 Assess	\$0.80	Test_Feb_18-Manual	1524869	Paused	Chocolate	689837	Enabled	-	-	-	-
☐ ☐ chocolate	Phrase	\$0.80 Assess	\$0.80	Test_Feb_18-Manual	1524869	Paused	Chocolate	689837	Enabled	-	-	-	-
☐ ☐ chocolate	Broad	\$0.80 Assess	\$0.80	Test_Feb_18-Manual	1524869	Paused	Chocolate	689837	Enabled	-	-	-	-
☐ ☒ great value chocolate	Exact	\$0.80 Assess	\$0.80	Test_Feb_18-Manual	1524869	Paused	Chocolate	689837	Enabled	-	-	-	-
☐ ☒ great value chocolate	Phrase	\$0.80 Assess	\$0.80	Test_Feb_18-Manual	1524869	Paused	Chocolate	689837	Enabled	-	-	-	-
☐ ☒ great value chocolate	Broad	\$0.80 Assess	\$0.80	Test_Feb_18-Manual	1524869	Paused	Chocolate	689837	Enabled	-	-	-	-

Results per page: 100 < < Page 1 of 1 > >

* À titre d'exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.



Utilisation du tableau de données

Le tableau de données de la page All Keywords (tous les mots-clés) présente tous les mots-clés associés aux campagnes *planifiées*, *en direct* et *en suspens*. Vous pouvez choisir d’afficher les campagnes terminées en sélectionnant cette option dans le menu déroulant de l’état.

État	Définition
Live (en direct)	La campagne est active et diffuse actuellement des annonces.
Paused (en suspens)	La campagne est actuellement en suspens et ne diffusera pas d’annonces tant qu’elle n’aura pas repris.
Scheduled (planifiée)	Le lancement de la campagne est planifié à la date fixée.

N’oubliez pas que les mots-clés des campagnes terminées ne sont pas affichés.

La liste présente les informations suivantes :

- État du mot-clé (activé ou désactivé)
- Mot-clé associé à la mise
- Type de correspondance de la mise
- Mise suggérée pour la combinaison du mot-clé et du type de correspondance
- Votre mise actuelle
- Nom de la campagne (liens vers la campagne)
- Identifiant de la campagne
- État de la campagne
- Nom du groupe d’annonces (liens vers le groupe d’annonces)
- Identifiant du groupe d’annonces
- État du groupe d’annonces

Les cinq premières colonnes (état du mot-clé, mot-clé, type de correspondance, mise suggérée et mise) sont figées pour faciliter le défilement horizontal.



PAGE ALL KEYWORDS (TOUS LES MOTS-CLÉS)

La liste présente aussi les mesures de rendement et de conversion pour chaque mot-clé.

- Total des ventes attribuées
- Rendement des dépenses publicitaires
- Dépenses liées à l'annonce
- Coût moyen par clic
- Impressions
- Clics
- Taux de clics
- Conversion (basé sur les commandes)
- Commandes
- Unités vendues

Manage your keywords (98954)

For Sponsored Products (Manual) campaigns: Analyze performance metrics and make updates to your keywords. [Learn more](#)

☐ Keyword	Match Type	Suggested Bid	Bid	Campaign Id	Campaign Status	Ad Group Name	Ad Group Id	Ad Group Status	Total Attributed Sales	IRoAS	Ad Spend	As
☐ ☒ turtle decor	Phrase	\$0.46 Apply	\$0.46		Live			Enabled	\$584.60	\$1732	\$3434	
☐ ☒ turtle decor	Broad	\$0.34 Apply	\$0.34		Live			Enabled	\$584.60	\$1732	\$3434	
☐ ☒ christmas vases	Exact	\$0.75 Apply	\$0.75		Live			Enabled	\$584.60	\$1732	\$3434	
☐ ☒ rustic farmhouse decor	Phrase	\$0.50 Apply	\$0.50		Live			Enabled	\$584.60	\$1732	\$3434	
☐ ☒ small metal buckets	Broad	\$0.34 Apply	\$0.34		Live			Enabled	\$584.60	\$1732	\$3434	
☐ ☒ christmas vases	Phrase	\$0.75 Apply	\$0.75		Live			Enabled	\$584.60	\$1732	\$3434	
☐ ☒ farm party	Broad	\$0.60 Apply	\$0.60		Live			Enabled	\$584.60	\$1732	\$3434	
☐ ☒ rustic farmhouse decor	Broad	\$0.50 Apply	\$430		Live			Enabled	\$584.60	\$1732	\$3434	
☐ ☒ farmhouse white	Exact	\$0.86 Apply	\$430		Live			Enabled	\$584.60	\$1732	\$3434	

Results per page: 100 Page 1 of 990

* À titre d'exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.



All Keywords

Nov 17, 2024 - Dec 16, 2024

Last 7 days

Last 30 days

Last month

This month

Last two years

Custom range

Start date

End date

Nov 2024

Dec 2024

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
					1	2	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21	15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28	22	23	24	25	26	27	28
29	30	31					29	30	31				

Jump to today

Campaign Status: Scheduled, Pa... ▾

Ad Group Status: Enabled ▾

Attribution: 14 days ▾

All filters

Campaign Id	Campaign Status	Ad Group Name	Ad Group Id	Ad Group Status	Total Attributed Sales
	Live	christine.test.bids.manual		Enabled	-
	Live	Ad Group 2		Enabled	-
	Live	Ad Group 2		Enabled	-
	Live	Ad Group 2		Enabled	-
	Live	Ad Group 2		Enabled	-

Central Standard Time

Cancel Apply

Par défaut, la période est fixée aux 30 derniers jours et la fenêtre d'attribution à 14 jours. Toutefois, la période et la fenêtre d'attribution peuvent être modifiées à l'aide du bouton de filtre rapide d'attribution situé en haut de la page. Modifiez la fenêtre d'attribution de 14 jours par défaut à 3 ou 30 jours et utilisez le sélecteur de période pour choisir une période pré-

remplie ou pour personnaliser une période en fonction de vos besoins. Vous pouvez utiliser la page All Keywords (tous les mots-clés) pour comparer le rendement d'un même mot-clé sur plusieurs semaines, mois, trimestres et années.



PAGE ALL KEYWORDS (TOUS LES MOTS-CLÉS)

Vous pouvez consulter la liste à l'aide du champ de recherche. Vous pouvez également appliquer des filtres avancés basés sur des attributs ou des mesures de conversion en sélectionnant All Filters (tous les filtres). Une fenêtre contextuelle s'affichera à droite. Sélectionnez l'attribut qui fera l'objet du filtre et l'option avec laquelle vous voulez filtrer, et/ou sélectionnez la mesure sous le filtre de rendement et entrez la portée et la valeur. Les valeurs des mesures comprennent « supérieures à » (>), « inférieures à » (<) et « égales à » (=). Vous pouvez aussi combiner vos

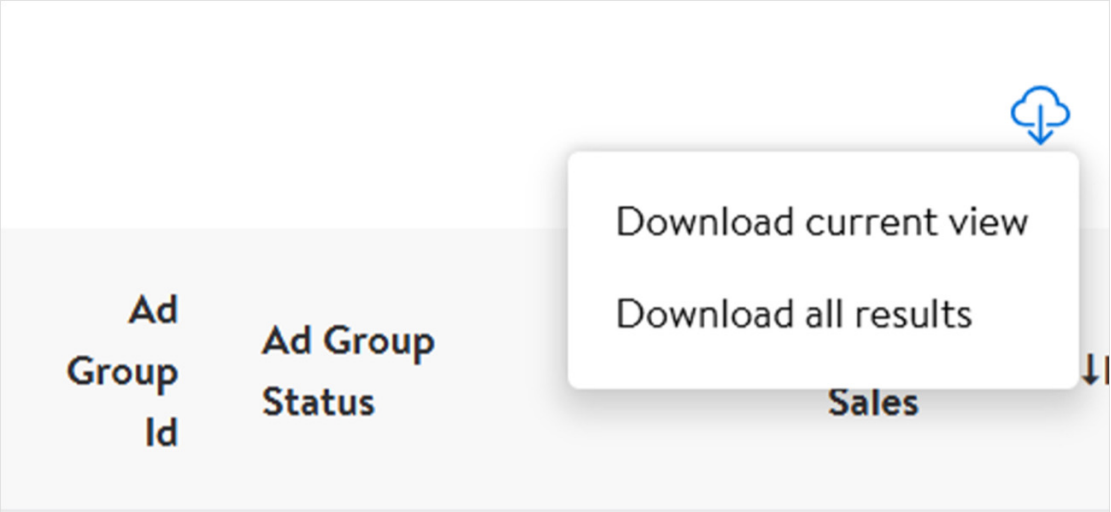
sélections. Par exemple, si vous souhaitez trouver des mots-clés dont le rendement des dépenses publicitaires est égal ou supérieur à 3 \$, vous pouvez utiliser le filtre de rendement des dépenses publicitaires ≥ 3 \$.

Remarque :

Vous pouvez appliquer autant de filtres que vous le voulez, MAIS les filtres **ne peuvent pas être enregistrés** pour l'instant. Par conséquent, si vous quittez ou actualisez la page All Keywords (tous les mots-clés), les filtres retourneront à leur valeur par défaut.



PAGE ALL KEYWORDS (TOUS LES MOTS-CLÉS)



Vous pouvez télécharger la liste complète des mots-clés ou une page en particulier. La fonction *Download current view* (télécharger l’affichage actuel) permet de télécharger la liste des mots-clés directement sur votre ordinateur. La fonction *Download all results* (télécharger tous les résultats) permet de créer un rapport téléchargeable appelé Keyword Optimization (optimisation des mots-clés) dans les rapports sur demande.

Actions possibles sur la page All Keywords (tous les mots-clés)

Actions en bloc

La page All Keywords (tous les mots-clés) vous permet d’effectuer des mises à jour individuelles ou en bloc pour les mots-clés en fonction des renseignements énumérés.

À côté de chaque mot-clé se trouve un curseur qui permet de l’activer (en bleu) et de le désactiver (en gris). Cliquez sur **Apply** (appliquer) à côté de la mise suggérée pour appliquer cette dernière au mot-clé.



PAGE ALL KEYWORDS (TOUS LES MOTS-CLÉS)

☐ Keyword	Match Type	Suggested Bid	Bid
☐ ☒ walmart card	Broad	\$0.43 Apply	\$0.30 ✎
☐ ☐ cheese	Phrase	\$0.51 Apply	\$0.30 ✎
☐ ☒ tissue	Broad	\$1.45 Apply	\$0.30
☐ ☒ chair	Phrase	\$1.01 Apply	\$0.30
☐ ☒ equate lotion	Broad	\$1.00 Apply	\$0.30
☐ ☒ body lotion	Exact	\$3.10 Apply	\$0.30

* À titre d'exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.

Les cases à cocher situées à gauche des mots-clés permettent d'effectuer des actions en bloc. Sélectionnez les mots-clés que vous souhaitez mettre à jour. Une barre d'actions bleue s'affichera au-dessus de la liste dès qu'une ou plusieurs cases sont cochées. Vous avez maintenant la possibilité de faire les actions suivantes :

- Activer ou désactiver les mots-clés sélectionnés
- Appliquer la mise suggérée
- Ajuster la mise actuelle en fonction d'une valeur précise ou d'un pourcentage précis

Remarque : Lorsque vous effectuez des actions en bloc, veuillez à sélectionner les mots-clés pour lesquels vous souhaitez effectuer la même action (par exemple, augmenter la mise de 10 %).



PAGE ALL KEYWORDS (TOUS LES MOTS-CLÉS)

Sep 17, 2023 - Oct 21, 2023

Campaign Status: Scheduled, Re...

Ad Group Status: Enabled

Attribution: 14 days

All filters

Keyword

Search Keyword

Manage your keywords (374)

For Sponsored Products (Manual) campaigns: Analyze performance metrics and make updates to your keywords. [Learn More](#)

3 rows selected out of 374

Select page

Clear selected

Enable keyword

Disable keyword

Apply supp. bid

Adjust bid

Keyword	Match Type	Suggested Bid	Bid	Campaign Name	Campaign Id	Campaign Status	Ad Group Name	Ad Group Id	Ad Group Status
☒ ☒ walmart card	Broad	\$0.43 Apply	\$0.30				Ad Group 1		Enabled
☐ ☐ cheese	Phrase	\$0.51 Apply	\$0.31			Paused			Enabled \$21,497,448.91
☒ ☒ tissue	Broad	\$1.45 Apply	\$0.30			Paused	Ad Group 2		Enabled \$190,414.56
☒ ☒ chair	Phrase	\$1.01 Apply	\$0.30			Paused			Enabled \$26,930.40

* À titre d'exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.

Nov 17, 2024 - Dec 16, 2024

Campaign Status: Scheduled, Re...

Ad Group Status: Enabled

Attribution: 14 days

All filters

Keyword

Search Keyword

Manage your keywords (79)

For Sponsored Products (Manual) campaigns: Analyze performance metrics and make updates to your keywords. [Learn More](#)

3 rows selected out of 79

Select page

Clear selected

Enable keyword

Disable keyword

Apply supp. bid

Adjust bid

Keyword	Match Type	Suggested Bid	Bid	Campaign Name	Campaign Id	Campaign Status	Ad Group Name	Ad Group Id	Ad Group Status
☒ ☒ paddle board	Broad	\$0.80 Apply	\$0.00	christine.automated.test		Live	christine.test.bids.manual		Enabled
☒ ☒ slide	Exact	\$0.80 Apply	\$0.80	Phil Test 2		Live	Ad Group 2		Enabled
☒ ☒ slide	Phrase	\$0.80 Apply	\$0.80	Phil Test 2		Live	Ad Group 2		Enabled
☐ ☐ slide	Broad	\$0.80 Apply	\$0.80	Phil Test 2		Live	Ad Group 2		Enabled

* À titre d'exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.

Si vous diminuez ou augmentez les mises, n'oubliez pas que les seuils de base pour les mises sur les **articles commandités** (campagne manuelle) sont d'un minimum de 0,80 \$ et d'un maximum de 100 \$.

La plateforme vous informera si tous les mots-clés sélectionnés ont été mis à jour comme demandé. En cas de problème, la plateforme vous indiquera le nombre de mots-clés ayant causé une erreur et vous donnera la possibilité de télécharger un rapport d'erreurs.



TOUTES LES CAMPAGNES

Cet article fournit une vue d'ensemble de la page All Campaigns (toutes les campagnes) et donne des conseils sur son utilisation, sur la création, la modification et la copie de campagnes, sur les données en temps quasi réel par rapport aux données attribuées et sur les fonctionnalités hors budget.

La page All Campaigns (toutes les campagnes), qui se trouve sous *Campaign Management* (gestion des campagnes) dans la barre de navigation de gauche, vous permet d'accéder aux annonceurs de recherche subventionnée, d'analyser plusieurs campagnes, de les optimiser et d'élaborer des stratégies de manière efficace sur une seule page.

Cette page vous permet de faire ce qui suit :

- Analyser visuellement les mesures de rendement de plusieurs campagnes de recherche subventionnée à l'aide du tableau de bord du rendement.
- Télécharger des données pour procéder à des analyses hors ligne.
- Élaborer des stratégies en utilisant les fonctions de recherche, de filtrage et de tri.
- Optimiser des campagnes individuelles ou jusqu'à 50 campagnes à la fois en suspendant ou en réactivant une campagne, en modifiant les dates de fin, en mettant à jour les budgets et en appliquant des budgets suggérés pour les campagnes hors budget

Campaign Status	Start Date	End Date	Total Budget	Daily Budget	Campaign Type	Campaign Review Status	iRuAS	Ad Spend	Total Attributed Sales	Average CPC	Impressions	Clicks	Action
Paused	02/18/2025	03/31/2025	-	\$50,000	Sponsored Products (Manual)	-	-	-	-	-	-	-	...
Paused	02/18/2025	03/31/2025	-	\$50,000	Sponsored Products (Auto)	-	-	-	-	-	-	-	...



Utilisation de la page All Campaigns (toutes les campagnes)

La partie supérieure de la page All Campaigns (toutes les campagnes) présente un tableau de bord du rendement, lequel contient des mesures de rendement et de conversion (jusqu'à trois mesures dans un même graphique). Sous le tableau de bord, la page All Campaigns (toutes les campagnes) affiche 50 campagnes par défaut, mais vous pouvez choisir d'afficher 100, 200 ou 300 résultats par page.

À propos du tableau de bord du rendement

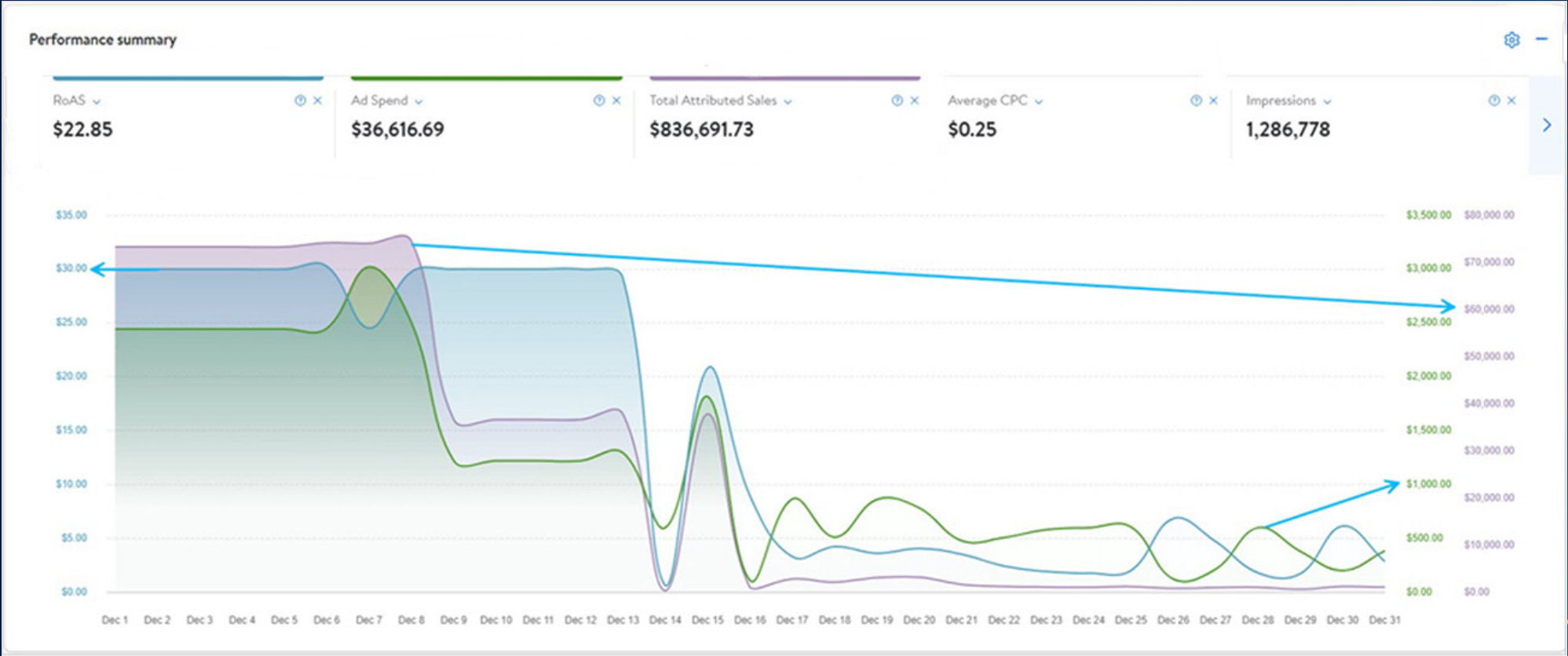
Le tableau de bord du rendement de la page All Campaigns (toutes les campagnes) vous aide à surveiller et à optimiser vos campagnes.

Il vous aide notamment à faire ce qui suit :

- **Avoir une vue d'ensemble** : Obtenez un aperçu rapide et consolidé de l'état de votre campagne avec des mesures clés affichées ensemble pour faciliter la comparaison, comme le rendement des dépenses publicitaires, les dépenses liées à l'annonce et le total des ventes attribuées.
- **Approfondir vos connaissances** : Visualisez les tendances au fil du temps à l'aide de graphiques interactifs, comparez le rendement sur différentes périodes et fenêtres d'attribution et obtenez des informations qui vous permettront d'optimiser vos campagnes et vos mots-clés.
- **Optimiser l'efficacité et le rendement** : Grâce à une visualisation claire des données, vous pouvez prendre des décisions éclairées sur l'allocation du budget et le ciblage par mots-clés, afin d'améliorer considérablement le rendement.



TOUTES LES CAMPAGNES

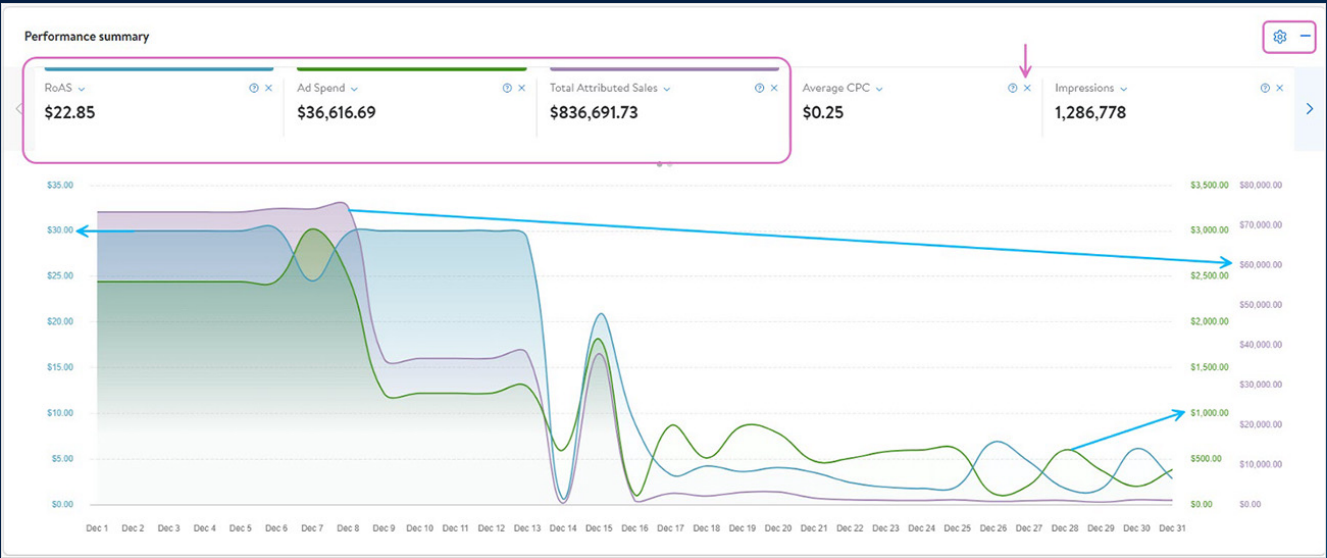




TOUTES LES CAMPAGNES

Utilisation du tableau de bord du rendement

Quand des données attribuées sont sélectionnées, le tableau de bord du rendement affiche, par défaut, les trois premières mesures : rendement des dépenses publicitaires, dépenses liées à l'annonce et Total Attributed Sales (total des ventes attribuées). Vous pouvez facilement passer d'une mesure à l'autre. Il suffit de sélectionner la mesure voulue dans le haut de la page. Il est possible d'afficher jusqu'à trois mesures à la fois. Ainsi, si vous sélectionnez une nouvelle mesure à afficher sans en désélectionner une, le graphique désélectionnera automatiquement une mesure en commençant par la gauche. Toutes les mesures de rendement et de conversion sont disponibles, mais peuvent être facilement supprimées en cliquant sur le X à côté de leur nom ou à partir de l'icône des paramètres du graphique.



L'axe des Y utilise un code de couleurs sur la gauche et la droite. Ces couleurs correspondent à la couleur des lignes dans le graphique. Le graphique peut être modifié en sélectionnant différentes périodes, campagnes, fenêtres d'attribution, états de campagne et filtres personnalisés. **Les périodes de plus d'un mois** sont divisées en sections hebdomadaires, et celles de plus de six mois sont divisées en sections mensuelles le long de l'axe des X. Vous pouvez à tout moment réduire le graphique du rendement pour vous concentrer sur la liste des campagnes qui se trouvent en dessous.

Remarque : Le tableau de bord du rendement n'est pas disponible quand des données en temps quasi réel sont sélectionnées, puisque l'accent est mis sur les mesures attribuées, lesquelles ne font pas partie de l'affichage en temps quasi réel.



TOUTES LES CAMPAGNES

À propos du tableau de données

Le tableau de données de la page All Campaign (toutes les campagnes) vous permet de faire ce qui suit :

- Analyser les campagnes hors ligne en téléchargeant votre affichage personnalisé sous forme de fichier pour une analyse plus approfondie à tout moment.
- Effectuer des actions en bloc sur un maximum de 50 campagnes à la fois.
- Obtenir des renseignements sur les campagnes hors budget et à budget à risque et appliquer les suggestions budgétaires.

Manage your campaigns (7)

Analyze performance metrics and make updates to your campaigns. [Learn More](#)

☐	Campaign Name	Campaign Status	Start Date	End Date	Total Budget	Daily Budget	Campaign Type	Campaign Review Status	IRoSAS	Ad Spend	Total Attributed Sales	Average CPC	Action
☐	GoPlus_Test_via_(Dec.2)	Live	12/09/2024	No end date	-	\$50.00	Sponsored Products (Auto)	-	\$0.00	\$25.64	\$0.00	\$0.02	***
☐	Christine Automatic Test	Live	12/07/2021	06/07/2025	\$50,000.00	\$1,562.50	Sponsored Products (Manual)	-	-	-	-	-	***
☐	ChilTest.2	Live	12/07/2021	No end date	\$750.00	\$75.00	Sponsored Products (Manual)	-	-	-	-	-	***
☐	Allen_Manual_Test_2	Live	12/13/2024	No end date	-	\$50.00	Sponsored Products (Manual)	-	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	***
☐	Allen_AutoBid_Test	Live	12/13/2024	12/31/2024	-	\$50.00	Sponsored Products (Auto)	-	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	***
☐	Allen_Manual_Test	Live	12/13/2024	06/03/2025	\$100.00	\$5.00	Sponsored Products (Manual)	-	-	-	-	-	***
☐	christine_test_manual	Live	12/13/2024	12/31/2024	\$1,000.00	\$100.00	Sponsored Products (Manual)	-	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	***

Results per page: 50 < < < Page 1 of 1 > > >



TOUTES LES CAMPAGNES

Utilisation du tableau de données

Le tableau de données de la page All Campaign (toutes les campagnes) présente toutes les campagnes associées aux campagnes *proposées*, *planifiées*, *en direct* et *en suspens*. Vous pouvez choisir d’afficher les campagnes terminées en sélectionnant cette option dans le menu déroulant de l’état.

La liste présente les informations suivantes :

- Nom de la campagne (liens vers la campagne)
- État de la campagne
- Date de début
- Date de fin
- Budget total
- Budget quotidien
- Budget quotidien suggéré
- Type de campagne
- Analyse de l’état de la campagne

État	Définition
Proposal (proposition)	La campagne est à l’étude (s’applique aux marques et aux vidéos commanditées)
Live (en direct)	La campagne est active et diffuse actuellement des annonces.
Paused (en suspens)	La campagne est actuellement en suspens et ne diffusera pas d’annonces tant qu’elle n’aura pas repris.
Scheduled (planifiée)	Le lancement de la campagne est planifié à la date fixée.
Ended (terminée)	La campagne est terminée et ne diffusera pas d’annonces.

Remarque : Vous ne pouvez pas modifier les campagnes terminées dans cet affichage, mais vous pouvez les réactiver pour ensuite les modifier.



TOUTES LES CAMPAGNES

Les deux premières colonnes (nom et état des campagnes) et la colonne Action sont figées pour faciliter le défilement horizontal. La colonne Action vous permet d'effectuer des actions sur une campagne sélectionnée.

La liste présente les informations suivantes :

Mesures sur les consultations attribuées

- Impressions
- Clics
- Taux de clics
- Rendement des dépenses publicitaires
- Coût par clic
- Conversion (basé sur les commandes)
- Commandes
- Unités
- Dépenses liées à l'annonce
- Total des ventes attribuées

Données en temps quasi réel

- Impressions
- Clics
- Taux de clics
- Coût par clic
- Dépenses liées à l'annonce
- Budget quotidien restant
- Budget total restant

19 Dec 1, 2023 - Dec 31, 2023

Attributed Data

Near real time data

Attribution: 14 days

Campaign Status: Proposal, Schem...

All filters

Campaign Name

Search Campaign Name

Manage your campaigns (569)

Analyze performance metrics and make updates to your campaigns. [Learn More](#)

☐	Campaign Name	Campaign Status	Est. Missed Clicks	Campaign Review Status	RoAS	Ad Spend	Total Attributed Sales	Average CPC	Impressions	Clicks	CTR	Conversion Rate (Orders Based)	Orders	Units Sold	Campaign Id	Action
☐	Demo Campaign 1	Live Out-of-budget	-	-	\$22.86	\$718.68	\$16,431.24	\$0.25	25,272	2,868	11.30%	25.330%	7,260	19,512	1833057328	...
☐	Demo Campaign 2	Live Out-of-budget	-	-	\$22.86	\$59.89	\$1,369.27	\$0.25	2,306	239	11.30%	25.330%	605	1,626	1833128992	...
☐	Demo Campaign 3	Live Out-of-budget	-	-	\$22.86	\$59.89	\$1,369.27	\$0.25	2,306	239	11.30%	25.330%	605	1,626	1833107465	...
☐	Demo Campaign 4	Paused Out-of-budget	-	Approved	\$22.86	\$59.89	\$1,369.27	\$0.25	2,306	239	11.30%	25.330%	605	1,626	1833104006	...
☐		Live Out-of-budget	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1833202622	...
☐		Live Out-of-budget	-	-	\$22.86	\$59.89	\$1,369.27	\$0.25	2,306	239	11.30%	25.330%	605	1,626	1833107837	...

Manage your campaigns (7)																
Analyze performance metrics and make updates to your campaigns. Learn More																
☐	Campaign Name	Campaign Status	Start Date	End Date	Total Budget	Daily Budget	Campaign Type	Campaign Review Status	LRoAS	Ad Spend	Total Attributed Sales	Average CPC	Action			
☐	GoPlus Test (v1/Dec 3)	Live	12/09/2024	No end date	-	\$20.00	Sponsored Products (Auto)	-	50.00	\$25.64	\$0.00	\$0.00	...			
☐	Christine Automatic Test	Live	12/07/2024	01/07/2025	\$50,000.00	\$1,562.50	Sponsored Products (Manual)	-	-	-	-	-	...			
☐	Deal Test 2	Live	12/07/2024	No end date	\$750.00	\$75.00	Sponsored Products (Manual)	-	-	-	-	-	...			
☐	Allen Manual Test 2	Live	12/19/2024	No end date	-	\$20.00	Sponsored Products (Manual)	-	50.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	...			
☐	Allen_AudioRel_test	Live	12/13/2024	12/31/2024	-	\$500.00	Sponsored Products (Auto)	-	50.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	...			
☐	Allen_Manual_Test	Live	12/13/2024	01/13/2025	\$100.00	\$5.00	Sponsored Products (Manual)	-	-	-	-	-	...			
☐	christine test manual	Live	12/13/2024	12/31/2024	\$1,000.00	\$100.00	Sponsored Products (Manual)	-	50.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	...			
														Results per page: 50		
														Page 1 of 1		



TOUTES LES CAMPAGNES

Les **données en temps quasi réel** montrent des mesures qui ne nécessitent pas d'attribution, ce qui signifie qu'aucun temps n'est requis pour attribuer les données à la campagne. Les **données attribuées** sont des données qui nécessitent une fenêtre d'attribution, comme les mesures de ventes (rendement des dépenses publicitaires, total des ventes attribuées), ce qui implique que la campagne doit être en direct pendant un certain temps.

Performance and sales insights for all campaigns in a single view. Data is refreshed every 24 hours.

Attributed Data

Near real time data

Attr

Budget and ad spend insights, including Daily Remaining Budget, Total Remaining Budget, Impressions, Clicks and CTR on a single page. Data is refreshed every 15 minutes.



TOUTES LES CAMPAGNES

La fenêtre d'attribution par défaut pour les mesures de conversion est des 14 derniers jours. Toutefois, la période et la fenêtre d'attribution peuvent être modifiées à l'aide du bouton de filtre rapide d'attribution situé en haut de la page. Modifiez la fenêtre d'attribution de 14 jours par défaut à 3 ou 30 jours et utilisez le sélecteur de période pour choisir une période pré-remplie ou pour personnaliser une période en fonction de vos besoins.



TOUTES LES CAMPAGNES

Jan 8, 2024 - Feb 6, 2024

Attributed DataNear real time dataAttribution: 14 daysCampaign Status: Proposal, Schem...

All filters

Campaign NameSearch Campaign Name

Manage your campaigns (249)

Analyze performance metrics and make updates to your campaigns. [Learn More](#)

☐ Campaign Name	Campaign Status	Start Date	End Date	Total Remaining Budget	Daily Remaining Budget	Total Budget	Daily Budget	Sugg. Total Budget	Sugg. Daily Budget	Campaign Type	Action
☐	Live Out-of-budget	01/11/2024	No end date	\$125.00	\$0.00	\$125.00	\$50.00	-	\$78.50 Apply	Sponsored Pr	...
☐	Live Out-of-budget	12/01/2023	No end date	-	\$0.00	-	\$50.00	-	\$1,600.50 Apply	Sponsored Pr	...
☐	Live Out-of-budget	08/07/2023	No end date	\$0.00	-	\$100.00	-	\$308,000.50 Apply	-	Sponsored Pr	...
☐	Live Out-of-budget	06/06/2023	No end date	\$0.00	\$0.00	\$1,000.00	\$50.00	\$2,000.00 Apply	\$500.00 Apply	Sponsored Pr	...
☐	Live Budget-at-risk	01/04/2024	No end date	-	\$50.00	-	\$50.00	-	\$200.00 Apply	Sponsored Pr	...

Remarque :
Vous ne pouvez pas modifier les dates de début ou choisir les états de la campagne dans l’affichage en temps quasi réel. Vous pouvez modifier la date de fin des campagnes en direct.

Sélectionnez les **données en temps quasi réel** dans le haut du tableau pour voir les campagnes en direct et le budget restant pour celles-ci. Cet affichage vous permet de trouver facilement les campagnes ayant une régulation trop rapide ou trop lente et d’ajuster le budget en conséquence. L’affichage des *données en temps quasi réel* ne montre que les données de la campagne des sept derniers jours. Cette période ne peut pas être modifiée.

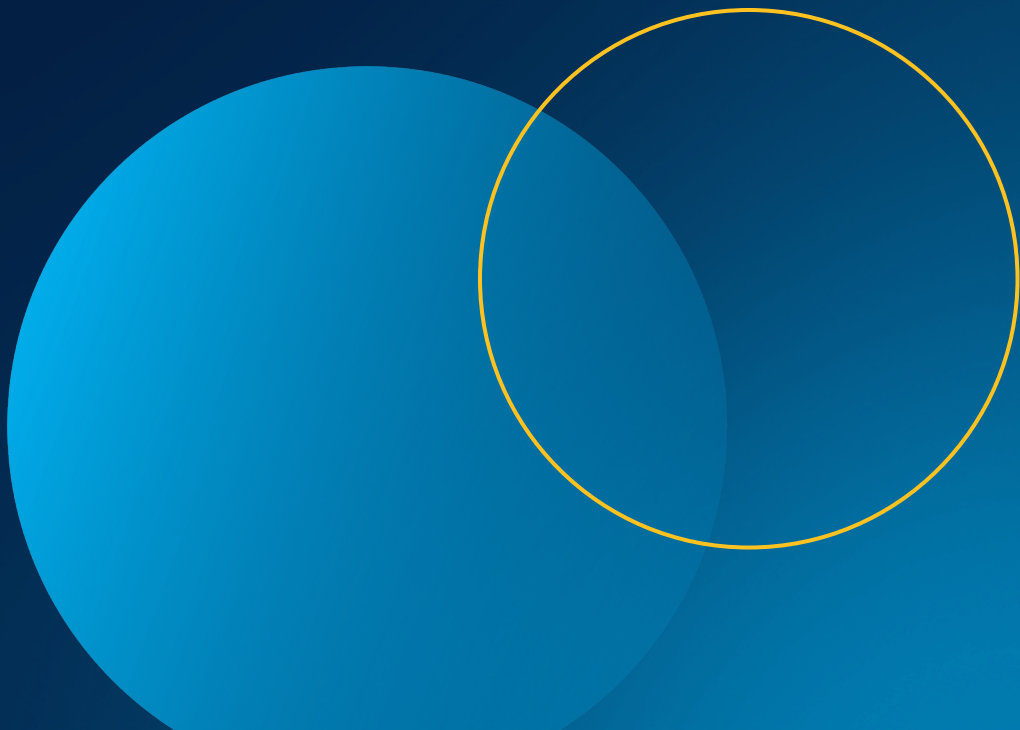


TOUTES LES CAMPAGNES

Vous pouvez consulter la liste en cherchant le nom ou l'identifiant de la campagne. Sélectionnez l'option voulue dans le menu déroulant à gauche de la zone de texte de la recherche, puis entrez les détails dans la zone de texte de la recherche.

L'option All filters (tous les filtres) vous permet également d'appliquer des filtres avancés en fonction des attributs ou du rendement. Sélectionnez **All filters** (tous les filtres) pour ouvrir une fenêtre à droite. Sélectionnez l'attribut que vous voulez voir et l'option avec laquelle vous voulez filtrer, et/ou sélectionnez la mesure sous le filtre de rendement et entrez la portée et la valeur. Les valeurs des mesures comprennent « supérieures à » (>), « inférieures à » (<) et « égales à » (=). Vous pouvez aussi combiner vos sélections. Par exemple, si vous souhaitez

trouver des campagnes dont le rendement est égal ou supérieur à un certain rendement des dépenses publicitaires, vous pouvez utiliser le filtre de rendement des dépenses publicitaires $\geq X,XX \$$.





TOUTES LES CAMPAGNES

gn performance and latest budget insights.

Draft cam

Attributed DataNear real time dataAttribution: 14 days

get	Sugg. Total Budget	Sugg. Daily Budget	Campaign Type
	\$2,000.00	\$500.00	Sponsored Product
	-	\$900.50	Sponsored Product
	-	\$1,600.50	Sponsored Product
	\$2,000.50	-	Sponsored Brands
	\$308,000.50	-	Sponsored Product
	\$108,000.50	\$2,510.50	Sponsored Video

All filters

Attribute filters

Find Campaigns by name, type, review status, ad group total budget, daily budget, start date or end date and other attributes, and filter them by starts with, contains, and more.

Filter by

Daily Budget

Relational operator

Greater than (>)

Numerical value

100

+ Add more filters

Performance filters

Find campaigns by clicks, impressions, CTR, CPC, RoAS, Ad spend, sales, order and units, and filter them by greater than, less than, and more.

Clear all

Apply

Remarque :
Vous pouvez appliquer autant de filtres que vous le voulez, mais les filtres **ne peuvent pas être enregistrés** pour l’instant. Par conséquent, si vous quittez ou actualisez la page All Campaigns (toutes les campagnes), les filtres retourneront à leur valeur par défaut.

Vous pouvez télécharger la liste complète des campagnes ou une page en particulier. La fonction Download current view (télécharger l’affichage actuel) permet de télécharger la liste des campagnes directement sur votre ordinateur. La fonction Download all results (télécharger tous les résultats) permet de créer un rapport téléchargeable appelé Campaign Optimization (optimisation de la campagne) dans les rapports sur demande. Pour en savoir plus sur les rapports sur demande, cliquez [ici](#).



Actions possibles sur la page All Campaign (toutes les campagnes)

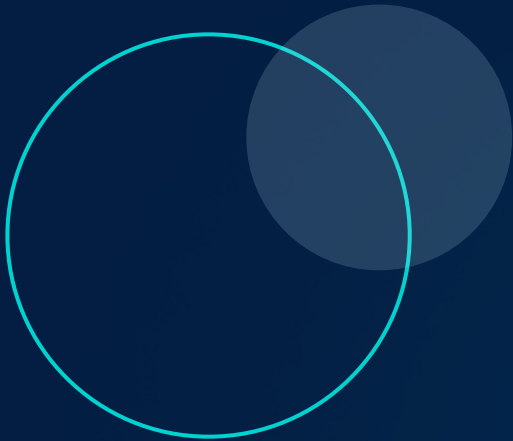
Effectuer des actions en bloc

La page All Campaign (toutes les campagnes) vous permet d'effectuer des mises à jour individuelles ou en bloc pour les campagnes en fonction des renseignements énumérés. Vous pouvez effectuer des actions en bloc sur un maximum de 50 campagnes à la fois.

Les cases à cocher situées à gauche des campagnes permettent d'effectuer des actions en bloc. Sélectionnez les campagnes que vous souhaitez mettre à jour. Une barre d'actions bleue s'affichera au-dessus de la liste dès qu'une ou plusieurs cases sont cochées. Vous avez maintenant la possibilité de faire les actions suivantes :

- Activer ou suspendre les campagnes
- Ajuster les dates de fin
- Ajuster les budgets

Remarque : Lorsque vous effectuez des actions en bloc, veillez à sélectionner les campagnes pour lesquelles vous souhaitez effectuer la même action (par exemple, ajuster un budget).





TOUTES LES CAMPAGNES

Si vous diminuez ou augmentez les budgets, gardez à l'esprit les seuils minimums pour la **recherche commanditée**. Si votre budget est inférieur au seuil fixé pour le budget quotidien ou le budget total, les seuils minimaux seront automatiquement appliqués :

- Le budget total doit être d'au moins 100 \$ et le budget quotidien d'au moins 50 \$.
- Vous pouvez également lancer une campagne avec seulement un budget quotidien, lequel doit s'élever à au moins 50 \$ par jour.

La plateforme vous informera si toutes les campagnes sélectionnées ont été mises à jour comme demandé. En cas de problème, la plateforme vous indiquera le nombre de campagnes ayant causé une erreur et vous donnera la possibilité de télécharger un rapport d'erreurs.

Manage your campaigns (569)

Analyze performance metrics and make updates to your campaigns. [Learn More](#)

✓ 3 rows selected out of 569 Select page 1 Clear selected

Pause campaigns Adjust end date Adjust budget

Set budget to \$
Increase budget by %
Decrease budget by %
Increase budget by \$
Decrease budget by \$

☐	Campaign Name	Campaign Status	Start Date	End Date	Total Budget	Daily Budget	Sugg. Total Budget	Sugg. Daily Budget	Campaign Type	Avg. Cap	Action
☐		Live Out-of-budget	06/06/2023	No end date	\$1,000.00	\$50.00	\$2,000.00 Apply	\$500.00 Apply	Sponsored Products (Auto)	-	...
☒		Paused Out-of-budget	09/27/2023	No end date	-	\$100.00	-	\$900.50 Apply	Sponsored Products (Auto)	-	...
☒		Live Out-of-budget	12/01/2023	No end date	-	\$50.00	-	\$1,600.50 Apply	Sponsored Products (Auto)	-	...
☒		Live Out-of-budget	09/18/2023	03/02/2024	\$100.00	-	\$2,000.50 Apply	-	Sponsored Brands	-	...
☐	copy-Campaign Name 123	Live	08/07/2023	No end date	\$100.00	-	\$308,000.50 Apply	-	Sponsored Products (Manual)	-	...

Manage your campaigns (7)

Analyze performance metrics and make updates to your campaigns. [Learn More](#)

✓ 2 rows selected out of 7 Select page 1 Clear selected

Pause campaigns Adjust end date Adjust budget

Set budget to \$
Increase budget by %
Decrease budget by %
Increase budget by \$
Decrease budget by \$

☒	Campaign Name	Campaign Status	Start Date	End Date	Total Budget	Daily Budget	Campaign Type	Campaign Review Status	IRoS	Ad Spend	Total	Action
☒	GoPlus Test Iva (Dec 9)	Live	12/09/2024	No end date	-	\$50.00	Sponsored Products (Auto)	-	\$0.00	\$25.64	-	...
☒	Christine Automatic Test	Live	12/17/2024	01/17/2025	\$50,000.00	\$1,562.50	Sponsored Products (Manual)	-	-	-	-	...



Créer et modifier des campagnes

Cliquez sur **Create campaign** (créer une campagne) pour créer une nouvelle campagne.

Les campagnes préliminaires enregistrées durant la configuration, mais non planifiées sont répertoriées dans la *liste des campagnes préliminaires*, accessible dans le menu déroulant. En cliquant sur une des campagnes du menu déroulant, vous ouvrirez la page de création de la campagne avec toutes les informations enregistrées. Dans la colonne Action, cliquez sur les trois points horizontaux (•••) à droite d'une campagne pour modifier, copier ou mettre en suspens cette campagne ou pour consulter les rapports de cette campagne.

- La fonction Edit campaign (modifier la campagne) ouvrira la page de configuration de la campagne où vous pourrez faire des ajustements, comme ajouter un groupe d'annonces ou augmenter le budget quotidien.
- La fonction Clone campaign (copier la campagne) créera une copie de la campagne sélectionnée et vous donnera la possibilité de renommer et de modifier les détails de la campagne avant de la planifier.

Remarque : Seuls les utilisateurs ayant un accès en lecture ou en écriture peuvent voir les fonctions de modification et de copie des campagnes.



All Campaigns

Draft campaigns list

Create campaign

Nov 17, 2024 - Dec 16, 2024

Attributed DataNear real time data

Attribution: 14 days

Campaign Status: Proposal, Sche...

All filters

Campaign Name

Search Campaign Name

Manage your campaigns (7)

Analyze performance metrics and make updates to your campaigns. [Learn More](#)

☐	Campaign Name	Campaign Status	Start Date	End Date	Total Budget	Daily Budget	Campaign Type	Campaign Review Status	IRoAS	Ad Spend	Total Attributed Sales	Average CPC	Action
☐	GoPlus Test (a / Dec 9)	Live	12/09/2024	No end date	-	\$50.00	Sponsored Products (Auto)	-	\$0.00	\$25.64	\$0.00	\$0.92	...
☐	Christine Automatic Test	Live	12/17/2024	01/17/2025	\$50,000.00	\$1,562.50	Sponsored Products (Manual)	-	-	-			...
☐	Phil Test 2	Live	12/17/2024	No end date	\$750.00	\$75.00	Sponsored Products (Manual)	-	-	-			...
☐	Allen Manual Test 2	Live	12/13/2024	No end date	-	\$50.00	Sponsored Products (Manual)	-	\$0.00	\$0.00			...

Edit campaign

Clone campaign

Pause campaign

View reports



Scénarios de campagne hors budget

À l'onglet du temps quasi réel de la page All Campaigns (toutes les campagnes), je vois un tiret (-) dans le budget quotidien restant ou le budget total restant de mes campagnes hors budget ou à budget à risque.

Cela signifie que le type de budget quotidien ne s'applique pas à cette campagne. Toutes les campagnes avec un tiret ou un zéro seront triées par identifiant de campagne.

À l'onglet Attributed (attribué) de la page All Campaigns (toutes les campagnes), je vois un tiret (-) dans le budget quotidien ou le budget total de mes campagnes hors budget ou à budget à risque.

Cela signifie que le type de budget quotidien ne s'applique pas à cette campagne.

Réactiver une campagne terminée

La page All Campaigns (toutes les campagnes) vous permet de réactiver facilement les campagnes terminées.

- Localisez la ou les campagnes terminées que vous souhaitez réactiver.
- Cliquez sur les trois points horizontaux (•••) dans la colonne Action.
- Sélectionnez **Reactivate campaign** (réactiver la campagne).
- Modifiez la date de fin et les budgets dans le tableau de données.

Vous pouvez également ouvrir la campagne directement en cliquant sur son nom et en utilisant le bouton Reactivate campaign (réactiver la campagne) dans le coin supérieur droit.

Contenu connexe

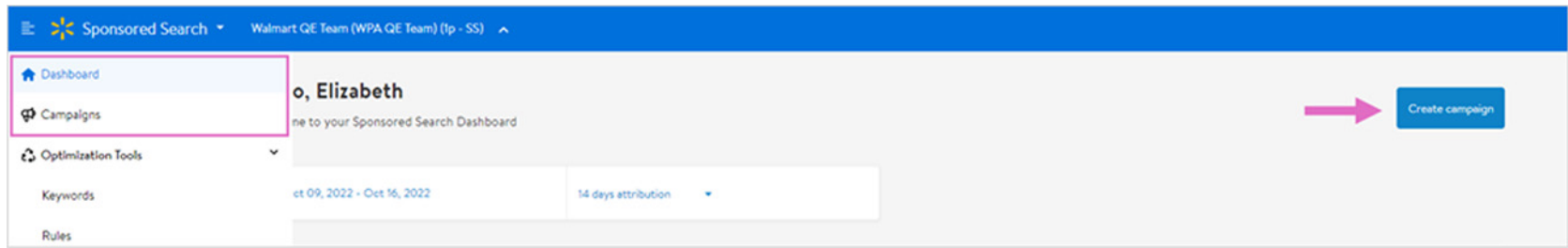
Si vous souhaitez gérer les mots-clés de vos campagnes manuelles d'articles commandités, consultez le guide de la page [All Keywords \(tous les mots-clés\)](#) pour en savoir plus.



CRÉER UNE CAMPAGNE – ÉTAPE 1

Cet article vous présente la première étape de la création d’une nouvelle campagne d’articles commandités, qui consiste à choisir le type de campagne (automatique ou manuelle) et à définir le budget et les dates des vagues publicitaires. Vous apprendrez également à modifier votre budget et à appliquer des recommandations de dépassement de budget en milieu de campagne.

Pour créer une nouvelle campagne, cliquez sur le bouton **Create campaign** (créer une) dans le coin supérieur droit du *tableau de bord* ou de l’onglet *Campaigns* (campagnes).



Entrez le nom de votre campagne.

Remarque : S’il s’agit de votre première création de campagne dans le Centre des annonces de Walmart Connect, nous vous recommandons de donner à votre campagne un nom qui la décrit bien



CRÉER UNE CAMPAGNE – ÉTAPE 1

Type de campagne et tactiques de ciblage

Après avoir saisi les renseignements requis, passez à la section facultative Multiplicateur de la mise ou à la section Inclusion de l'emplacement (pour les campagnes manuelles).

Campaigns / Example Campaign for Budgets

Example Campaign for Budgets

Live Out of budget End Campaign Save Pause Campaign

ⓘ Your ads are no longer serving because you have reached your budget. [View budget](#)

General Information

Campaign Name*

Example Campaign for Budgets

Advertiser

Walmart QE Team

28/255

Targeting

Select Campaign Type:

Sponsored Products

Get your items included in relevant

Campaign details

- Targeting Tactic: Manual Bidding
- Start Date: Jun 9th 2024 (PST)
- End Date: No end date
- Total Budget: \$100.00
- Daily Budget: \$50.00
- Ad Group Name: Testma2r1bv6vn08
- Total Active Items: 2



CRÉER UNE CAMPAGNE – ÉTAPE 1

Dans la section *Targeting* (ciblage), sélectionnez le type de campagne *Articles commandités* et la tactique de ciblage.

Pour le ciblage, vous avez le choix entre automatique et manuel.

Automatique :

Cette option permet de créer une campagne axée sur le contenu dans le cadre de laquelle Walmart décide quand et où afficher votre annonce en fonction des mots-clés inclus dans le nom et la description de l'article et d'autres sections de votre page d'article, en plus de la catégorie d'articles et des articles connexes.

Manuel :

Cette option offre une plus grande transparence et un meilleur contrôle en vous permettant de sélectionner et de cibler des mots-clés et des articles individuels.

Campaigns / Example Campaign for Help Center

Example Campaign for Help Center

General Information

Campaign Name*

Example Campaign for Help Center

32/255

Advertiser

Advertiser

Targeting

Select Campaign Type:

Sponsored Products

Bid on competitive keywords and feature your products across various pages.

OR

Sponsored Brands

Have your ad show up in the premium brand amplifier slot.

Select Targeting Tactic:

☒ **Automatic Bidding**

Allows you to place a CPC bid at a SKU or ad group level. We'll choose the most relevant keywords for your SKU set. Your ads will show up on all pages. Automatic bidding is a quick and easy way to set up your campaign.

☐ **Manual Bidding**

Allows you to place individual CPC bids for each keyword related to the SKU set. Your ads will show up on search and item pages. Manual bidding gives you more control over your campaign.

Remarque : Lancez des campagnes avec autant d'articles que possible pour découvrir ceux qui donnent les meilleurs résultats. Créez des campagnes détaillées. Par exemple, classez les groupes d'annonces par catégorie d'articles, articles les plus populaires, articles les moins rentables, articles saisonniers et nouveaux articles. Vous aurez ainsi un meilleur contrôle et une meilleure visibilité du rendement de l'article.



CRÉER UNE CAMPAGNE – ÉTAPE 1

Planification et budget

Dans la section *Scheduling & Budget* (planification et budget), définissez la durée et le budget de votre campagne. Sélectionnez une **date de début** pour votre campagne. En sélectionnant la date du jour (aujourd'hui), le lancement se fera dans l'heure qui suit.

L'option *Run indefinitely from start date* (exécuter indéfiniment à partir de la date de début) est sélectionnée par défaut. Cela permet à votre campagne de se dérouler sans date de fin. Votre campagne se terminera toutefois lorsque le budget total aura été dépensé. Si vous décochez cette case, vous pourrez fixer une date de fin pour votre campagne. Votre campagne prendra alors fin à cette date, même si le budget n'est pas complètement écoulé. Ensuite, fixez un budget total ou une limite quotidienne pour votre campagne.

Le montant indiqué dans le champ *Total Budget* (budget total) représente le montant le plus élevé que vous dépenserez pour la campagne. Comme votre compte sera facturé par clic d'annonce, les dépenses finales liées à la campagne pourraient être égales ou inférieures au budget total, mais ne le **dépasseront jamais**.

Pour les vendeurs du marché électronique :
le budget total doit être égal ou supérieur à 50 \$.



CRÉER UNE CAMPAGNE – ÉTAPE 1

Remarque : Si vous définissez seulement le budget total, votre campagne dépensera ce montant le plus rapidement possible.

Le montant indiqué dans le champ *Daily Limit* (limite quotidienne) représente le montant maximum que vous pouvez dépenser chaque jour de la campagne. Comme votre compte sera facturé par clic d'annonce, les dépenses quotidiennes peuvent varier, mais elles n'excéderont jamais le budget total.

Pour les vendeurs du marché électronique : la limite quotidienne doit être égale ou supérieure à 50 \$.

Remarque : Si votre campagne ne dépense pas la totalité de son budget quotidien, le montant inutilisé sera reporté au jour suivant (et continuera de l'être tant qu'il n'est pas utilisé), MAIS les dépenses quotidiennes ne dépasseront jamais le double de la limite quotidienne.

Par exemple :

- Si vous fixez une limite quotidienne de 100 \$ et que vous dépensez 50 \$, la limite quotidienne du lendemain, avec l'ajout du montant reporté, sera de 150 \$.

OU

- Si vous fixez une limite quotidienne de 500 \$ et que vous dépensez 100 \$, la limite quotidienne du lendemain sera de 900 \$. Si votre campagne dépense à nouveau 100 \$ cette journée-là, la limite du jour suivant sera de 1 000 \$ (limitée à deux fois la limite quotidienne fixée).

Remarque : Si vous définissez seulement le budget total, vous ne pourrez pas ajouter de limite quotidienne une fois la campagne lancée. De même, si vous créez une campagne avec une limite quotidienne, vous ne pourrez pas ajouter un budget total une fois la campagne lancée.



CRÉER UNE CAMPAGNE – ÉTAPE 1

Si vous avez décoché la case *Run indefinitely from start date* (exécuter indéfiniment à partir de la date de début), vous verrez également un bouton **Auto Calculate** (calcul automatique) à côté du champ *Daily Limit* (limite quotidienne). Ce bouton divisera votre budget total par le nombre total de jours de votre campagne afin de fournir une limite quotidienne répartie de manière égale. Par exemple, si votre campagne dure 30 jours et que

vous avez fixé un budget total de 6 000 \$, le bouton **Auto Calculate** (calcul automatique) indiquera 200 \$ comme limite quotidienne.

Remarque : Si le montant calculé est inférieur au budget quotidien minimum requis, le montant par défaut sera le montant minimum.

Scheduling & Budget

Start Date

Oct 17, 2022 (PDT)

End Date

Nov 17, 2022 (PST)

☐ Run indefinitely from start date

Total Budget

\$ 1500

Daily Limit

\$ 50

Auto Calculate

Run your campaign without a specified end date, or unselect the "run indefinitely from start date" checkbox to schedule an end date.

Set a total budget and/or a daily limit for your ad campaign.



DÉFINIR L'INCLUSION DE L'EMPLACEMENT – ÉTAPE 2

Cet article explique comment utiliser la section Inclusion de l'emplacement dans les campagnes manuelles.

Si vous avez choisi la tactique de ciblage *manuelle*, vous avez la possibilité d'inclure des options d'emplacement supplémentaires.

Placement Inclusion

Choose where you'd like customers to see your ads.

☐ Search Ingrid ⓘ

☒ Item Buybox ⓘ

☒ Search Carousel ⓘ

☒ Item Carousel ⓘ

All placements will be turned on by default, but you can change this anytime.

Inclusion de l'emplacement

Par défaut, l'option de la grille de recherche est activée et ne peut pas être désactivée.

Remarque : L'inclusion d'emplacements supplémentaires est facultative, mais fortement recommandée pour étendre la portée du projet.



DÉFINIR L'INCLUSION DE L'EMPLACEMENT – ÉTAPE 2

Types d'emplacement

Grille de recherche

Il s'agit de l'emplacement par défaut pour les campagnes manuelles. Lorsqu'un client effectue une recherche et que vous faites une mise sur ce mot-clé/type de correspondance, votre article pourrait être admissible aux emplacements sur la grille des articles commandités dans les résultats de recherche.

Carrousel de recherche

Lorsqu'un client effectue une recherche et que vous faites une mise sur ce mot-clé/type de correspondance, votre article pourrait être admissible aux emplacements sur le carrousel d'articles commandités sous les résultats de recherche.

Boîte d'achat et carrousel d'articles

Lorsqu'un client visite sur la page d'un article et que vous faites une mise sur un mot-clé/type de correspondance d'une des entités d'un article d'ancrage, votre article pourrait être admissible à la boîte d'achat des articles commandités ou aux emplacements sur le carrousel de la page de l'article.

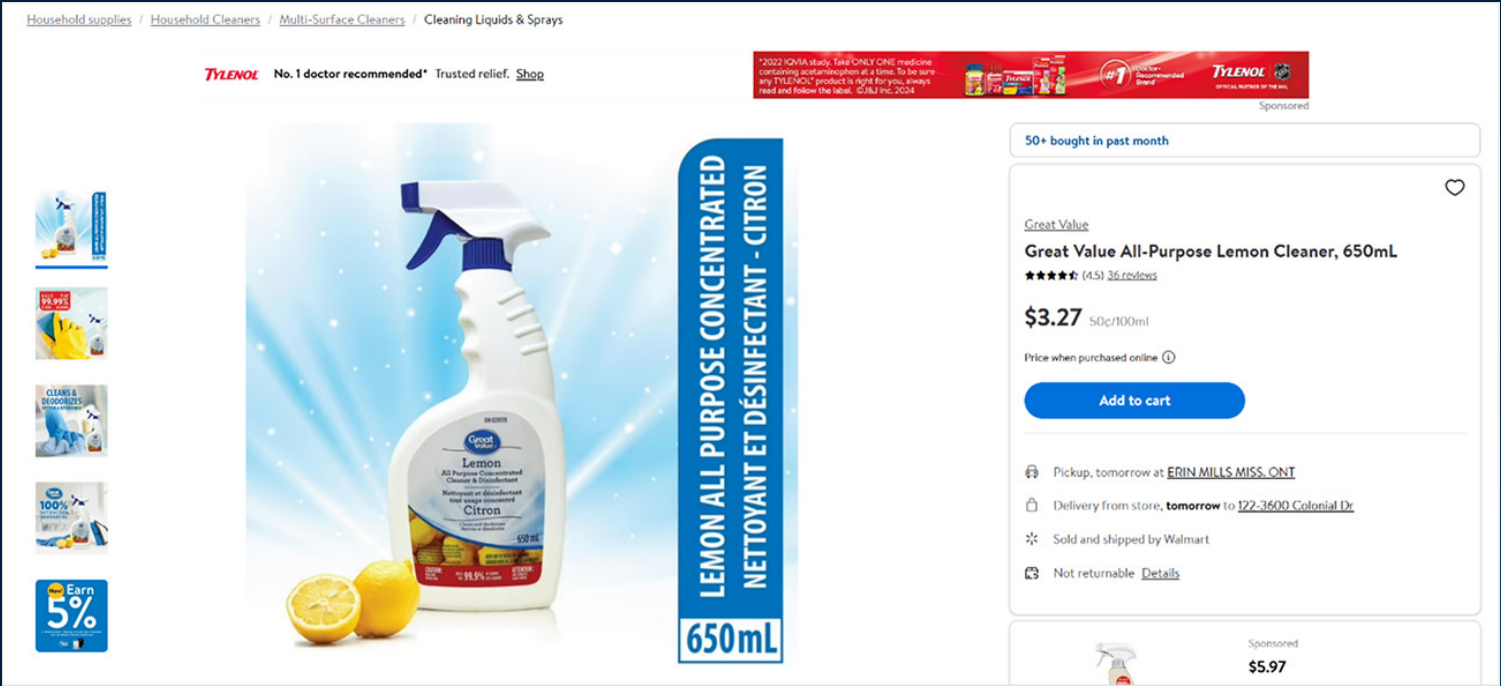
Un article d'ancrage est une page d'article sur laquelle vous souhaitez que vos annonces apparaissent. Les éléments suivants sont considérés comme des entités d'article d'ancrage :

- Nom de l'article
- Marque de l'article
- Taxonomie de l'article



DÉFINIR L'INCLUSION DE L'EMPLACEMENT – ÉTAPE 2

Voici un exemple d'article d'ancrage avec les entités de cet élément d'ancrage et les mots-clés possibles à cibler :



- Article d'ancrage : 44932619
- Entités de l'article d'ancrage :
 - Nom de l'article : nettoyeur tout usage Great Value, parfum de citron, 32 oz liq
 - Marque de l'article : Grande valeur
 - Taxonomie de l'article : articles ménagers essentiels/produits d'entretien ménager/nettoyeurs tout usage
- Mots-clés possibles à cibler :
 - Great Value
 - Nettoyeur tout usage Great Value, parfum de citron, 32 oz liq
 - Articles ménagers essentiels Great Value
 - Articles ménagers essentiels/produits d'entretien ménager/nettoyeurs tout-usage



DÉFINIR L'INCLUSION DE L'EMPLACEMENT – ÉTAPE 2

Types de correspondance pour les emplacements sur les pages d'articles

Correspondance exacte :

Tous les mots-clés associés à la mise doivent être présents dans le même ordre et être placés de façon continue (à l'exception des mots vides ou des mots fonctionnels). L'entité ne peut contenir aucun mot supplémentaire.

- Great Value
- Articles ménagers essentiels
- Nettoyant tout usage Great Value, parfum de citron, 32 oz liq
- Produits d'entretien ménager
- Parfum de citron

Correspondance terminologique :

Les mots-clés associés à la mise peuvent être placés dans

n'importe quel ordre, mais tous les mots doivent faire partie d'une même entité et être placés de façon continue. L'entité peut contenir des mots supplémentaires avant et après les mots-clés de la mise.

- Parfum de citron Great Value
- Nettoyants tout-usage, produits d'entretien ménager
- Articles ménagers essentiels
- Nettoyants tout usage au parfum de citron

Correspondance élargie :

Tous les mots-clés de la mise peuvent être présents dans n'importe quel ordre et n'ont pas besoin d'être placés de façon continue.

- Bon nettoyage
- Nettoyant au citron
- Produit d'entretien ménager
- Nettoyeurs
- Nettoyage



DÉFINIR L'INCLUSION DE L'EMPLACEMENT – ÉTAPE 2

Comment utiliser les mots-clés et les types de correspondance pour cibler l'emplacement des articles?

Exemple 1 – Vous voulez cibler les pages consacrées aux shampoings, mais vous ne savez pas exactement quel(s) article(s) cibler :

Commencez par cibler les pages d'article en fonction de leur taxonomie en utilisant la correspondance élargie ou la correspondance terminologique. Les mots-clés peuvent faire partie de n'importe quel niveau de la hiérarchie, par exemple « beauté », « soins capillaires » ou « soins de beauté pour les cheveux ». Utilisez le rapport de rendement des mots-clés pour déterminer sur quelles pages d'article vos annonces sont apparues et ont affiché un bon rendement. Précisez les types de correspondance ou les entités d'articles pour cibler ces pages en particulier.

Exemple 2 – Vous savez quelles pages d'article vous voulez cibler :

Utilisez le nom de l'article de la page d'article ciblée comme mot-clé associé à la mise avec la correspondance exacte. Par exemple, « shampoing antipelliculaire Everyday Clean Equate, 33,8 oz liq ». Vous pouvez également utiliser « Everyday Clean Equate » comme mot-clé associé à la mise avec la correspondance terminologique ou la correspondance élargie pour cibler tous les articles qui contiennent le mot-clé dans leur nom, comme les articles suivants :

- Shampoing antipelliculaire Everyday Clean Equate, 23,7 oz liq
- Shampoing et revitalisant antipelliculaires 2-en-1 Everyday Clean Equate, 13,5 oz liq
- Shampoing antipelliculaire Everyday Clean Equate, 14,2 oz liq
- Shampoing et revitalisant antipelliculaires 2-en-1 Everyday Clean Equate, 32,1 oz liq



DÉFINIR L'INCLUSION DE L'EMPLACEMENT – ÉTAPE 2

Comment utiliser les mots-clés et les types de correspondance pour cibler l'emplacement des articles?

Exemple 3 – Ciblez vos propres pages d'article pour vous assurer que les annonces de vos concurrents n'y apparaissent pas.
Utilisez la marque de vos articles comme mot-clé associé à la mise pour cibler toutes les pages d'article de la marque, par exemple « Equate », avec la correspondance exacte.

Prêt à poursuivre la configuration de votre campagne?
Passez à la section [Ajouter des multiplicateurs de la mise – Étape 3](#).



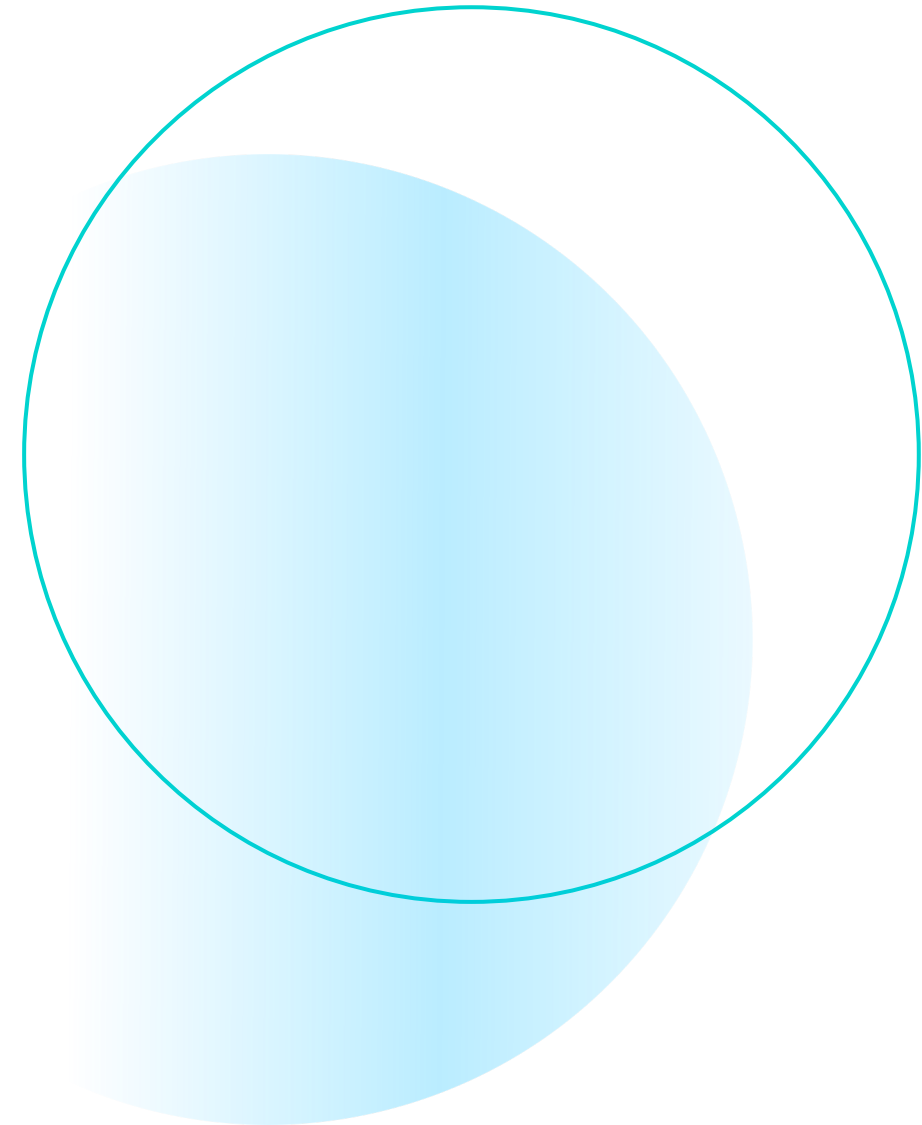
AJOUTER DES MULTIPLICATEURS DE LA MISE- ÉTAPE 3

Cet article explique ce que sont les multiplicateurs de la mise et comment les appliquer.

Si vous créez des campagnes automatiques ou manuelles, vous aurez la possibilité d'appliquer des multiplicateurs de la mise.

Que sont les multiplicateurs de la mise?

Les multiplicateurs de la mise vous permettent d'optimiser encore davantage vos campagnes publicitaires. Cette fonction de mise vous aide à gérer votre campagne d'articles commandités en vous permettant d'augmenter vos mises sur les emplacements et les plateformes de choix, tout en maintenant votre mise de base à un prix peu élevé.





AJOUTER DES MULTIPLICATEURS DE LA MISE- ÉTAPE 3

Multiplicateurs de la mise pour les campagnes automatiques

Bid Multiplier (Optional)

Search Ingrid

Buy-Box

Placement

%

%

Desktop

App

Mobile

Platform

%

%

%

Bid multipliers increase your bid by a preset percentage when your ads are eligible to serve in premium placements

They help you compete for Search Ingrid, Buy-Box on desktop, app and mobile web

Multiplicateurs de la mise pour les campagnes manuelles

Bid Multiplier (Optional)

Search Ingrid

Buy-Box

Placement

%

%

Desktop

App

Mobile

Platform

%

%

%

Bid multipliers increase your bid by a preset percentage when your ads are eligible to serve in premium placements

They help you compete for Search Ingrid, Buy-Box on desktop, app and mobile web



AJOUTER DES MULTIPLICATEURS DE LA MISE- ÉTAPE 3

Définition et utilisation des multiplicateurs de la mise

Il existe deux types de multiplicateurs de la mise : les multiplicateurs d'emplacement et les multiplicateurs de plateforme.

Multiplicateur d'emplacement

Cette fonction vous permet de définir des modificateurs de la mise à partir de 0 % pour différents emplacements, en fonction de votre type de campagne. Quand vos annonces peuvent être diffusées dans ces emplacements, les pourcentages de la mise que vous définissez vous aideront à être plus concurrentiels pour ces emplacements.

Exemple :

- **Mise initiale** : 0,80 \$
- **Multiplicateur de la grille de recherche** : 200 %
- **Mise résultante pour la position de l'annonce sur la grille de recherche** : $0,80 \$ + 200 \% = 2,40 \$$

Multiplicateur de plateforme

Cette fonction vous permet de définir des multiplicateurs de la mise à partir de 0 % pour les plateformes de l'application de bureau, de l'application mobile et des appareils mobiles. Quand vos annonces sont diffusées sur ces plateformes, les pourcentages de la mise que vous définissez vous aideront à être plus concurrentiels pour ces plateformes.

Exemple :

- **Mise initiale** : 1,00 \$
- **Multiplicateur des appareils mobiles** : 90 %
- **Recherches résultantes sur appareils mobiles** : $1,00 \$ + 90 \% = 0,90 \$$



AJOUTER DES MULTIPLICATEURS DE LA MISE- ÉTAPE 3

Si vous utilisez des multiplicateurs d'emplacement et de plateforme, vos multiplicateurs de la mise seront additionnés.

Exemple :

- **Mise initiale** : 1,00 \$
- **Multiplicateur de boîte d'achat** : 50 %
- **Multiplicateur d'application de bureau** : 150 %
- **Mise résultante pour l'emplacement de boîte d'achat sur le bureau** : $1,00 \$ + (50 \% + 150 \%) = 3,00 \$$

Si le multiplicateur de la mise est de 0 % (ou si le champ est vide), votre mise restera la même que la mise saisie pour l'article ou le mot-clé.

Remarque : Il n'y a pas de montant maximal pour le multiplicateur de la mise. Assurez-vous donc de bien comprendre le montant du multiplicateur que vous fixez et d'être à l'aise de le dépenser.

Prêt à poursuivre la configuration de votre campagne? Passez à la section [Créer des groupes d'annonces- Étape 4.](#)



CRÉER DES GROUPES D'ANNONCES – ÉTAPE 4

Cet article vous montre comment créer des groupes d'annonces dans le cadre de votre campagne. Les groupes d'annonces sont des articles et des mots-clés regroupés au sein d'une campagne.

Configurer les groupes d'annonces de votre campagne

Chaque campagne doit avoir au moins un groupe d'annonces. Les groupes d'annonces sont propres à chaque campagne. Chaque groupe d'annonces est limité à un maximum de 2 000 articles. Votre tactique de ciblage (automatique ou manuelle) détermine le niveau auquel vous devez fixer vos mises.

Les groupes d'annonces peuvent être activés ou désactivés lorsque la campagne est en direct, tout comme les articles et les mots-clés qu'ils contiennent. Par défaut, les groupes d'annonces sont toujours activés. Pour créer plusieurs groupes d'annonces, vous devez d'abord enregistrer la campagne. Le bouton **Create new ad group** (créer un nouveau groupe d'annonces) sera alors activé.

Sous *Ad group details* (détails du groupe d'annonces), nommez votre groupe d'annonces.

Remarque : Assurez-vous que les noms que vous donnez à vos groupes d'annonces permettent de les distinguer facilement les uns des autres.



CRÉER DES GROUPES D'ANNONCES – ÉTAPE 4

Lancez des campagnes avec autant d'articles que possible pour découvrir ceux qui donnent les meilleurs résultats. Créez des campagnes détaillées. Par exemple, classez les groupes d'annonces par catégorie d'articles et articles (les plus populaires, les moins rentables, saisonniers et nouveaux). Vous aurez ainsi un meilleur contrôle et une meilleure visibilité du rendement de l'article.

Campaigns / Example Campaign for Help Center

Example Campaign for Help Center

DeleteSaveLaunch Campaign

Create and Manage Ad groups

An Ad group is a group of ads sharing the same set of keywords and products. Consider grouping products that fall within the same category and price point range. You can edit your campaign after launch to create additional ad groups in campaign manager.

Manage Ad groups

Please setup a new ad group below to add to this campaign.

+ Create New Ad group

Ad group Details

Ad Group Name*

Example Ad Group for Help Center

32/255

Summary

Targeting Tactic: Manual Bidding

Start Date: Oct 17th 2022 (PDT)

End Date: Nov 17th 2022 (PST)

Total Budget: \$1500.00

Daily Budget: \$50.00

Ad Group Name: Example Ad Group for Help Center

Total Active Items: -



CRÉER DES GROUPES D'ANNONCES – ÉTAPE 4

Comment mettre en place des groupes d'annonces rentables

Pour les campagnes automatiques :

- Regroupez les articles similaires pour vous permettre de suivre leur rendement en conséquence.

Pour les campagnes manuelles :

- Créez des groupes d'annonces pour des articles ayant des attributs similaires et des mots-clés apparentés.
- Chaque groupe d'annonces devrait être composé d'au plus 50 à 100 articles.
- Organisez les groupes en fonction de mots-clés connexes, des marques, des catégories d'articles et des articles les plus populaires afin que tous les articles puissent être trouvés facilement par le biais de la recherche.

- Choisissez un nom qui permet de faire facilement le lien avec les articles du groupe d'annonces.
- Vérifiez régulièrement les rapports de rendement des groupes d'annonces afin d'optimiser les campagnes.

Prêt à poursuivre la configuration de votre campagne?
Passez à la section [Ajouter des articles à un groupe d'annonces – Étape 4 \(suite\)](#)



AJOUTER DES ARTICLES À UN GROUPE D'ANNONCES – ÉTAPE 4 (SUITE)

Cet article vous montre comment ajouter des articles à votre groupe d'annonces d'articles commandités et comment attribuer des valeurs de mise aux articles dans une campagne automatique.

Ajouter des articles à un groupe d'annonces

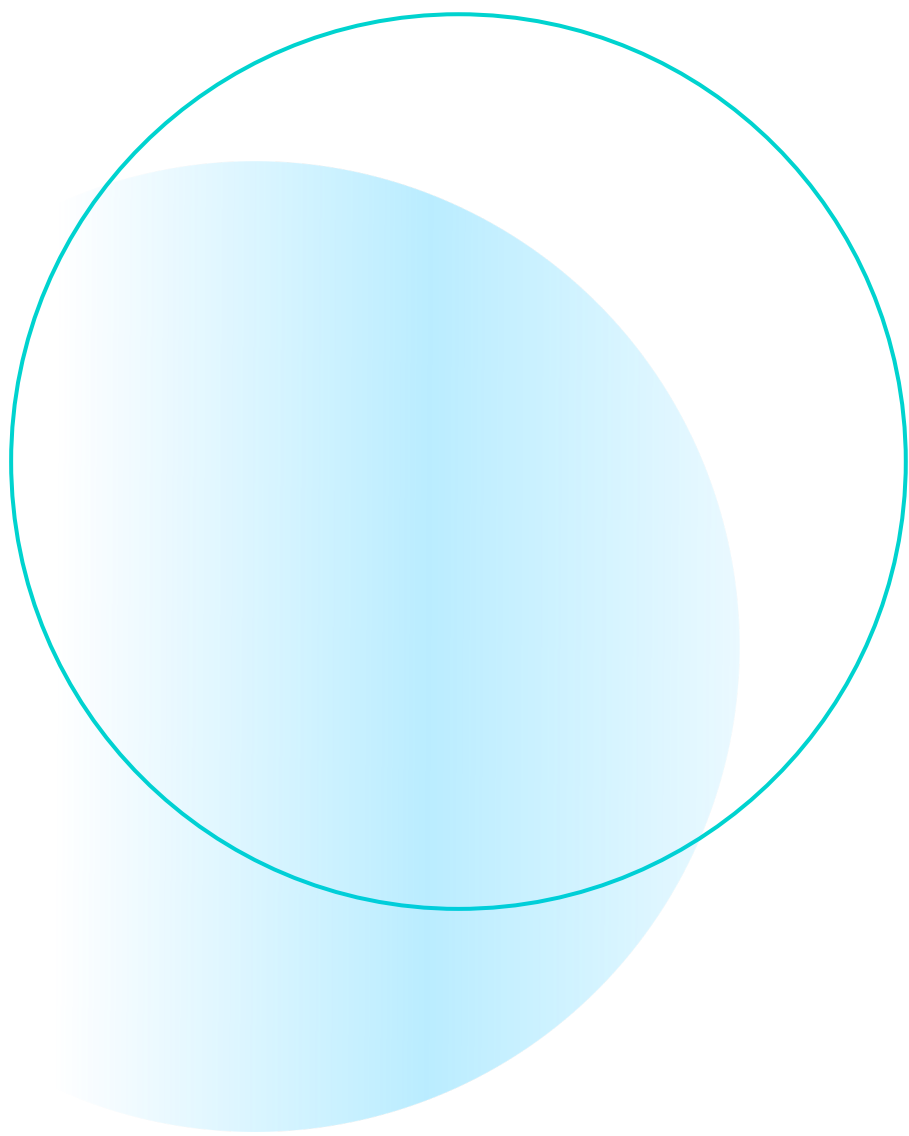
Il existe deux façons d'ajouter des articles à un groupe d'annonces :

Télécharger un ensemble d'articles dans un fichier CSV

OU

Chercher des articles par numéro, nom, mot-clé ou marque

Remarque : Vous pouvez désormais annoncer toutes les variantes qui répondent aux [critères d'admissibilité](#) dans votre campagne d'articles commandités. Pour en savoir plus, consultez la section Adding variants (ajouter des variantes).





AJOUTER DES ARTICLES À UN GROUPE D'ANNONCES – ÉTAPE 4 (SUITE)

Ajouter un ensemble d'articles dans un fichier CSV

Téléchargez le modèle CSV à l'aide de l'icône de **téléchargement** dans le coin supérieur droit de la section *Item List* (liste des articles).

Item List

Ad Group Name: Example Ad Group for Help Center

Select Items to Advertise

All Items (0)

Item Name	Item Id	Sugg.Bid
-----------	---------	----------

Added Items (0/2000)

Item Name	Item Id	Sugg.Bid	Bid	Sta
-----------	---------	----------	-----	-----

Download CSV for

☐ Items

☒ Template

Download CSV



AJOUTER DES ARTICLES À UN GROUPE D'ANNONCES – ÉTAPE 4 (SUITE)

Une fois que vous avez téléchargé le modèle, vous devez remplir les champs obligatoires :

- *Identification de l'article* – Indiquez le numéro de vos articles.
- *Bid (mise)* (campagnes automatiques seulement) – Indiquez le montant de la mise que vous souhaitez proposer pour chaque article.
- *Status (état)* – Pour activer un article, vous pouvez entrer « Enabled » (activé) ou laisser le champ vide. Pour désactiver un article, entrez « Disabled » (désactivé).

Remarques

- Les mises doivent ne peuvent pas excéder 100 \$ et ne doivent pas comporter plus de deux décimales.
- Un maximum de 2 000 articles est autorisé par groupe d'annonces.

	A	B	C
1	Item Id	Bid	Status
2	544575596	0.2	Enabled
3	544575597	0.2	Enabled
4	544575598	0.2	Enabled
5	544575599	0.2	Enabled
6	544575600	0.2	Enabled
7	544575601	0.2	Enabled
8	544575602	0.2	Enabled
9	544575603	0.2	Disabled
10	544575604	0.2	Disabled

Une fois que vous avez rempli et enregistré votre fichier CSV, utilisez l'icône de **téléversement** pour téléverser votre fichier CSV. Les articles ou les mises seront ajoutés à votre groupe d'annonces sous « *Added Items* » (articles ajoutés).



AJOUTER DES ARTICLES À UN GROUPE D'ANNONCES – ÉTAPE 4 (SUITE)

Ajouter des articles à l'aide du champ de recherche

Cliquez sur l'icône de **recherche** dans le coin droit supérieur de la section *Item List* (liste des articles).

Dans la fenêtre de *recherche*, saisissez l'identification, le nom, le mot-clé de l'article ou la marque de l'article que vous souhaitez promouvoir.

Une fois la liste affichée, cliquez sur **Add** (ajouter) pour ajouter un article à votre groupe d'annonces. Pour sélectionner tous les articles, cliquez sur **Add All** (ajouter tout) en haut de la colonne.

The screenshot shows the 'Item List' interface in Walmart Connect. At the top, there's a search bar with the text 'great value bean' and a magnifying glass icon. A pink arrow points to this search bar. Below the search bar, there are two columns: 'Select Items to Advertise' and 'Added Items (0/2000)'. The 'Select Items to Advertise' column contains a table with the following items:

Item Name	Item Id	Sugg. Bid	Action
Bean, Great Northern	1674992	\$0.20	Add
Mr. Bean's Holiday / Bean Value Pack	10022968	\$0.20	Add
Great Value Hickory Smoked Bacon, 24 oz	10223992	\$0.20	Add
Great Value Pork & Beans, 15 oz Can	10314922	\$0.20	Add
Great Value Whole Grain Quick rolled Oats	10314926	\$0.20	Add
Great Value Maraschino Cherries, 10 Oz	10314927	\$0.20	Add
Great Value Granulated Sugar, 10 lbs	10314931	\$0.20	Add
Great Value Baby Lima Beans, 16 oz	10314934	\$0.20	Add
Great Value Black Beans, 16 oz	10314935	\$0.20	Add
Great Value Black Eyed Peas, 16 oz	10314936	\$0.20	Add
Great Value Great Northern Dried Beans, 16 oz	10314937	\$0.20	Add

The 'Add All' button at the top of the 'Add' column is highlighted with a pink box. The 'Added Items' column is currently empty and contains the text 'Please select items from the left to create your ad group'.

* À titre d'exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.



AJOUTER DES ARTICLES À UN GROUPE D'ANNONCES – ÉTAPE 4 (SUITE)

Les articles ou les mises seront ajoutés à votre groupe d'annonces sous Added Items (articles ajoutés).

Item List Ad Group Name: Example Ad Group for Help Center

Select Items to Advertise

Search: great value bean

All Items (1995)

Item Name	Item Id	Supp. Bid	Add
Bean, Great Northern	1674992	\$0.20	Add
Mr. Bean's Holiday / Bean Value Pack	10022968	\$0.20	Add
Great Value Hickory Smoked Bacon, 24 oz	10293212	\$0.20	Add
Great Value Whole Grain Quick rolled Oats	10314926	\$0.20	Add
Great Value Maraschino Cherries, 10 Oz	10314927	\$0.20	Add
Great Value Granulated Sugar, 10 lbs	10314931	\$0.20	Add
Great Value Baby Lima Beans, 16 oz	10314934	\$0.20	Add
Great Value Black Eyed Peas, 16 oz	10314936	\$0.20	Add
Great Value Large Lima Beans, 32 oz	10314941	\$0.20	Add
Great Value Small Red Beans, 16 oz	10314945	\$0.20	Add
Great Value Pinto Beans, 32 oz	10314947	\$0.20	Add

Added Items (\$/2000)

☐	Item Name	Item Id	Supp. Bid	Bid	Status
☐	Great Value Pork & Beans, 15 oz Can	10314922	\$0.20	\$ 0.2	
☐	Great Value Black Beans, 16 oz	10314935	\$0.20	\$ 0.2	
☐	Great Value Great Northern Dried Beans, 16 oz	10314937	\$0.20	\$ 0.2	
☐	Great Value Lentils, 16 oz	10314942	\$0.20	\$ 0.2	
☐	Great Value Navy Beans, 16 oz	10314944	\$0.20	\$ 0.2	

* À titre d'exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.



AJOUTER DES ARTICLES À UN GROUPE D'ANNONCES – ÉTAPE 4 (SUITE)

Ajouter des variantes
à votre campagne

D’abord, choisissez une variante principale (autrefois appelée article de base) parmi les variantes que vous voulez ajouter à votre campagne. Collez le numéro d’identification dans la fenêtre de *recherche* et appuyez sur **Entrée**.

Sponsored SearchExample BrandFeedbackHelpAccount

Introducing our updated sales attribution metrics! Direct attributed sales will now be reported as Advertised SKU sales, and related and brand attributed sales will be combined into Other SKU Sales. Learn more about these changes: [advertisinghelp.walmart.com](#)

Campaigns / Create New Campaign

New CampaignDeleteSaveLaunch Campaign

Item ListAd Group Name:

Select Items to Advertise

All Items (0)

Item Name	Item Id	Sugg.Bid
Please search for items from the search bar in the top right corner to view results		

Added Items (0/2000)

Item Name	Item Id	Sugg.Bid	Bid	Status
Please select items from the left to create your ad group				

56

PROPRIETARY & CONFIDENTIAL



AJOUTER DES ARTICLES À UN GROUPE D'ANNONCES – ÉTAPE 4 (SUITE)

La variante principale apparaîtra alors dans le volet de gauche.

Item List

Adgroup name: SpookySoaps

Select Items to Advertise

Search

All Items (50) ⓘ

☐	Item Name	Item Id	
☐	Bleach	12345678	Add item
☐	Pods	23456789	Add ▼
☐	Soap	34567890	Add item
☐	Spray	45678901	Add ▼
☐	Cleaner	56789012	Add ▼
☐	Wipes	67890123	Add item
☐	Bleach	78901234	Add ▼
☐	Mist	89012345	Add item
☐	Towel	90123456	Add item

Added Items (0) ⓘ

☐	Item Name	Item Id	Status
--------------------------	-----------	---------	--------

Please select items from the left to create your Adgroup.



AJOUTER DES ARTICLES À UN GROUPE D'ANNONCES – ÉTAPE 4 (SUITE)

Cliquez ensuite sur **Add** (ajouter) pour afficher le menu déroulant.

Dans le menu déroulant, choisissez l'une des trois options suivantes : *Add item* (ajouter un article), *Add all variations* (ajouter toutes les variantes) et *Add specific variations* (ajouter des variantes spécifiques).

- *Add item* – Ajoutez votre variante principale à la campagne.
- *Add all variations* – Ajoutez toutes les variantes de la variante principale à la campagne.

Select Items to Advertise

All Items (1449)

Item Name	Item Id	Sugg. Bid	Action
☒ Costway Full Body Massage Chair, Zero Gravity Shiatsu Massage Recliner with SL Track, Intelligent Voice Control, Heat Therapy, Foot Roller, Thai Yoga Stretch for Home and Office	61C2GQ8K0W2	\$0.80	Add Item
☒ Costway Full Body Massage Chair, Zero Gravity Shiatsu Massage Recliner with SL Track, Intelligent Voice Control, Heat Therapy, Foot Roller, Thai Yoga Stretch for Home and Office	4028VU479RUS	\$0.80	Add Item
☒ Costway 3 PCS Patio Conversation Set Wicker Chair Tempered Glass Table Cushioned Seat Quick Dry Foam All Weather	5PZUES8EYSDH	\$0.80	Add Item
☐ Costway Folding Floor Single Sofa Massage Recliner Chair W/ a Pillow 5 Adjustable Backrest Position Leisure Lounge Couch White	3K01G26EJAUJ	\$0.80	Add
☐ Costway 4 Piece Patio Folding Chairs with Woven Rope Seat & High Back Indonesia Teak Wood for Porch Natural Black	61BZ26J84KD	\$0.80	Add Item
☐ Costway 3 PCS Patio Rattan Furniture Bistro Set C-Spring Chair Padded Seat & Back Pillow Quick Dry	49C688BPCT6A	\$0.80	Add Item

Items Selected

Add Item

- ☐ Add Items (3)
- ☐ Add Items and variations (3)
- [Add match types](#)

Added Items (339/2000)

Item Name	Item Id	Suggested Bid	Bid	Status
☐ Goplus Massage Gaming Recliner Height Adjustable Racing Swivel Chair with Cup Holder Red	7777JETS1T2G	\$0.80	\$0.8	☒
☐ Goplus Massage Gaming Recliner Height Adjustable Racing Swivel Chair with Cup Holder Pink	56D9J4XCL9LD	\$0.80	\$0.8	☒
☐ Goplus 10ft Inflatable Gymnastic Air Track Tumbling Mat W/ Electric Pump Yoga Training	5Q8F2N40CFZP2	\$0.80	\$0.8	☒
☐ Goplus Water Punching Bag 2ft 180 Pound Heavy Punching Bag with Adjustable Metal Chain Blue	8HYTTSR9P1S	\$0.80	\$0.8	☒
☐ Goplus Gaming Computer Desk & Massage Gaming Chair Set w/ Monitor Shelf Power Strip Red	5M8J8J8J8J8J8	\$0.80	\$0.8	☒
☐ Goplus Massage Gaming Chair Reclining Racing Chair w/ Lumbar Support and Headrest Pink	5QZLY4LSLOW	\$0.80	\$0.8	☒
☐ Goplus Water Punching Bag 2ft 180 Pound Heavy Punching Bag with Adjustable Metal Chain Black	5PU206K50C0V	\$0.80	\$0.8	☒

rights reserved.



AJOUTER DES ARTICLES À UN GROUPE D'ANNONCES – ÉTAPE 4 (SUITE)

Si vous choisissez **Add all variations** (ajouter toutes les variantes), vous verrez toutes les variantes ajoutées à votre campagne. Vous pouvez supprimer une variante en cliquant sur l'icône de la *poubelle*. Une fois la campagne lancée, vous ne pourrez plus supprimer d'articles, mais seulement en changer l'état pour les *désactiver*.

Remarque : Chaque variante est comptabilisée dans le cadre de la limite maximale de 2 000 articles par groupe d'annonces.

Item List

Adgroup name: SpookySoaps

Select Items to Advertise

Product Name

Search

< Return to search results

Item Name (6)	Item Id	Add all
☒  Spray	45678901	Add item
☐  Spray 1	23456789	Add item
☒  Spray 2	34567890	Add item
☐  Spray 3	12345678	Add item
☐  Spray 4	56789012	Add item
☒  Spray 5	67890123	Add item

3 Items selected

Add items

Added Items (3) ⓘ

Item Name	Item Id	Status
 Spray	45678901	ON 
 Spray 2	34567890	ON 
 Spray 5	67890123	ON 



AJOUTER DES ARTICLES À UN GROUPE D'ANNONCES – ÉTAPE 4 (SUITE)

Mettre à jour des articles dans un groupe d'annonces

Une fois que vous avez téléchargé ou sélectionné les articles que vous souhaitez promouvoir, vous verrez tous les articles ajoutés à votre groupe de publicités sous *Added Items* (articles ajoutés).

Vous pouvez activer et désactiver des articles et mettre à jour les mises.

Added Items (5/2000)

	Item Name	Item Id	Sugg.Bid	Bid	Status
☐	 Great Value Pork & Beans, 15 oz Can	10314922	\$0.20	\$ 0.2	☒ ON 
☐	 Great Value Black Beans, 16 oz	10314935	\$0.20	\$ 0.2	☒ ON 
☒	 Great Value Great Northern Dried Beans, 16 oz	10314937	\$0.20	\$ 0.2	☒ ON 
☒	 Great Value Lentils, 16 oz	10314942	\$0.20	\$ 0.2	☒ ON 
☒	 Great Value Navy Beans, 16 oz	10314944	\$0.20	\$ 0.2	☒ ON 

3 Items Selected

Select Action

☐ Pause status
☐ Unpause status
☒ Enter new bid
☐ Apply sugg. bid

Apply

* À titre d'exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.



AJOUTER DES ARTICLES À UN GROUPE D'ANNONCES – ÉTAPE 4 (SUITE)

Chercher des articles dans un groupe d'annonces

Une fois les articles ajoutés, vous pouvez utiliser la fonction de recherche pour chercher des articles existants et modifier un ou plusieurs articles. Si la campagne n'est pas encore lancée, vous pouvez modifier les mises et activer, désactiver et supprimer des articles.

Utilisez les options suivantes pour préciser les résultats de votre recherche :

- Par identification d'article – partiel ou complet
- Par nom – un seul mot ou le nom complet

Remarque : Si vous créez une campagne manuelle, la colonne des mises ne sera pas présente. Vous devez plutôt attribuer des valeurs de mise à des mots-clés individuels et à des types de correspondance, comme l'explique la section suivante.

Item List

Ad Group Name: Example Ad Group for Help Center

Select Items to Advertise

Search: great value food

Download

Share

Filter

All Items (1994)		
Item Name	Item Id	Add
Great Value Baby Lima Beans, 16 oz	103149234	Add
Great Value Large Lima Beans, 32 oz	103149241	Add
Great Value Small Red Beans, 16 oz	103149245	Add
Great Value Pinto Beans, 32 oz	103149247	Add
Great Value Yellow Popping Corn, 32 oz	103149255	Add
Great Value Chicken Broth, 14.5 oz	103149256	Add

Added Items (6/2000)			
	Item Name	Item Id	Status
☐	Great Value Pork & Beans, 15 oz Can	103149222	On
☐	Great Value Black Beans, 16 oz	103149235	On
☐	Great Value Black Eyed Peas, 16 oz	103149236	On
☐	Great Value Great Northern Dried Beans, 16 oz	103149237	On
☐	Great Value Lentils, 16 oz	103149242	On
☐	Great Value Navy Beans, 16 oz	103149244	On

Lancez des campagnes avec autant d'articles que possible pour découvrir ceux qui donnent les meilleurs résultats. Créez des campagnes détaillées. Par exemple, classez les groupes d'annonces par catégorie d'articles et articles (les plus populaires, les moins rentables, saisonniers et nouveaux). Vous aurez ainsi un meilleur contrôle et une meilleure visibilité du rendement de l'article.

Vous créez une campagne manuelle? Passez à la section [Ajouter et sélectionner des mots-clés – Étape 5.](#)



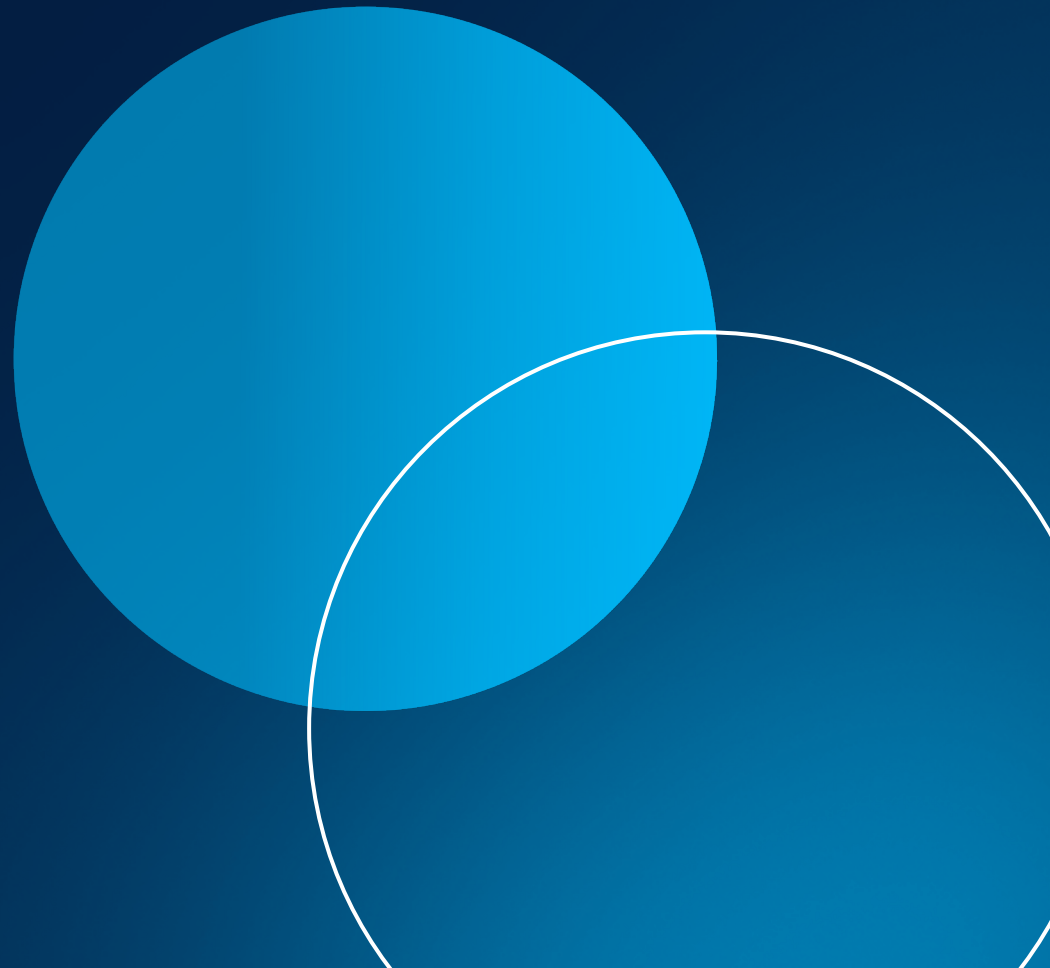
AJOUTER ET SÉLECTIONNER DES MOTS-CLÉS – ÉTAPE 5

Cet article explique comment sélectionner des mots-clés et des types de correspondance et comment attribuer des mises.

Remarque sur les types de correspondance

Si vous avez créé une campagne manuelle, accédez à la section des *mots-clés* pour sélectionner ou ajouter vos propres mots-clés et attribuer des valeurs de mise.

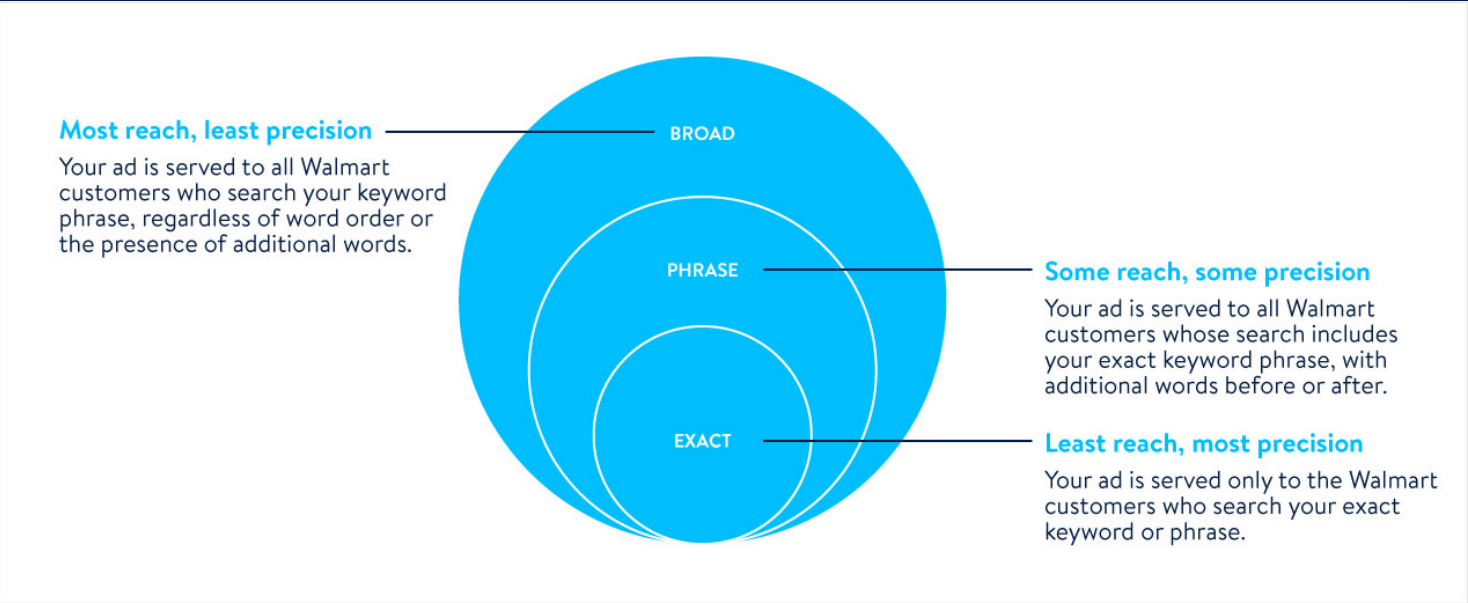
Remarque : Nous recommandons de regrouper les articles ayant des attributs similaires lors de la création d'une campagne de mise par mots-clés.





AJOUTER ET SÉLECTIONNER DES MOTS-CLÉS – ÉTAPE 5

Lorsque vous faites une mise sur des mots-clés, vous disposez de trois options de types de correspondance :



Vous pouvez attribuer des valeurs de mise différentes pour chaque type de correspondance. Gardez à l'esprit que la valeur de mise que vous avez saisie est le montant que vous êtes prêt à dépenser pour qu'un internaute clique sur votre annonce.

Remarque : Les mises doivent être de moins de 100 \$ et ne doivent pas comporter plus de deux décimales.



AJOUTER ET SÉLECTIONNER DES MOTS-CLÉS – ÉTAPE 5

Utiliser des mots-clés supplémentaires

À l'onglet *Additional Keywords* (mots-clés supplémentaires), vous pouvez ajouter vos propres mots-clés à cibler. Utilisez cette section pour ajouter des mots-clés et miser sur des mots-clés qui ne sont pas mentionnés dans la section *Suggested Keywords* (mots-clés suggérés).

Vous pouvez ajouter des mots-clés supplémentaires de deux manières :

- Dans la zone de texte, en utilisant un mot-clé par ligne et jusqu'à 100 mots-clés à la fois.
 - Une fois que vous avez ajouté tous vos mots-clés, cliquez sur le bouton **Add Keywords** (ajouter des mots-clés).
 - Sélectionnez les types de correspondance dans la liste située sous la zone de texte et cliquez sur **Add** (ajouter) pour passer à la section *Selected Keywords* (mots-clés sélectionnés).

OU

- En utilisant un fichier CSV.
 - Téléchargez d'abord le modèle en cliquant sur l'icône de **téléchargement**, puis sélectionnez *Template* (modèle) et cliquez sur le bouton **Download CSV** (télécharger le fichier CSV).
 - Dans le modèle de fichier, saisissez les mots-clés sur lesquels vous voulez miser et les valeurs de mise pour les types de correspondance que vous voulez cibler.



AJOUTER ET SÉLECTIONNER DES MOTS-CLÉS – ÉTAPE 5

Keywords

Ad Group Name: Example Ad Group for Help Center

Suggested Keywords

Additional Keywords

Enter Keywords

great value

1 / 100

Add Keywords

	Raw	Normalized	Match Type	Sugg. Bid	Bid	
☐	black bean	black bean	Broad	\$0.62	\$ 0.62	Add
			Phrase	\$0.62	\$ 0.62	Add
			Exact	\$0.62	\$ 0.62	Add
☐	red bean	red bean	Broad	\$0.62	\$ 0.62	Add
			Phrase	\$0.62	\$ 0.62	Add
			Exact	\$0.62	\$ 0.62	Add
☒	canned beans	canned bean	Broad	\$0.62	\$ 0.62	Add
			Phrase	\$0.62	\$ 0.62	Add
			Exact	\$0.62	\$ 0.62	Add
☒	dried beans	dry bean	Broad	\$0.41	\$ 0.41	Add
			Phrase	\$0.41	\$ 0.41	Add
			Exact	\$0.41	\$ 0.41	Add

Selected Keywords (12/1000)

	Keywords	Match Type	Sugg. Bid	Bid	
☐	pinto bean	Broad	\$0.62	\$ 0.62	
		Phrase	\$0.62	\$ 0.62	
		Exact	\$0.62	\$ 0.62	
☐	dry bean	Broad	\$0.41	\$ 0.41	
		Phrase	\$0.41	\$ 0.41	
		Exact	\$0.41	\$ 0.41	
☐	dry pinto bean	Broad	\$0.41	\$ 0.41	
		Phrase	\$0.41	\$ 0.41	
		Exact	\$0.41	\$ 0.41	
☐	great value dry bean	Broad	\$0.41	\$ 0.41	
		Phrase	\$0.41	\$ 0.41	
		Exact	\$0.41	\$ 0.41	

Download CSV for

☐ Additional Keywords

☐ Selected Keywords

☒ Template

Download CSV



AJOUTER ET SÉLECTIONNER DES MOTS-CLÉS – ÉTAPE 5

	A	B	C	D	E	F	G
1	Keyword	Exact Match	Exact Match Status	Phrase Match	Phrase Match Status	Broad Match	Broad Match Status
2	Gift card	1.5	Enabled	1	Enabled		
3	Gift cards	1.2	Enabled	0.8	Enabled		
4	Gift cardz	1	Enabled	0.5	Enabled		
5	Gyft cards	1	Enabled				
6	Walmart gift card			1	Disabled	0.5	Disabled
7	physical gift card	2.5	Enabled				

- Si vous souhaitez activer le mot-clé et le type de correspondance, indiquez « Enabled » (activé) dans la colonne Statut (état) ou laissez le champ vide. Si vous voulez désactiver un mot-clé et un type de correspondance, saisissez « Disabled » (désactivé) dans la colonne Status (état).
- Enregistrez votre fichier CSV, cliquez sur l’icône de **téléversement** pour sélectionner votre fichier.

Gardez ce qui suit à l’esprit lorsque vous utilisez l’onglet *Additional Keywords* (mots-clés supplémentaires) :

- Limite de 80 caractères par mot-clé (espaces compris)
- Les mots de passe utilisant une chaîne de caractères spéciaux ne sont pas autorisés
 - Exemples : #!%&@ ou \$\$\$\$\$\$
- Notre système convertira tous vos mots-clés en mots-clés normalisés
 - Par exemple, si vous ajoutez les mots-clés « cartes-cadeaux », « cartes-cado » et « cartes kado », ils seront normalisés en « carte-cadeau ».



AJOUTER ET SÉLECTIONNER DES MOTS-CLÉS – ÉTAPE 5

Remarque : Si vous avez utilisé le téléversement de fichier CSV, les valeurs de mise que vous avez saisies seront déjà appliquées. Si vous avez ajouté plusieurs mots-clés qui ont été normalisés pour un même mot-clé, nous sélectionnerons la mise la plus élevée pour chaque type de correspondance parmi tous les mots-clés non normalisés associés au mot-clé normalisé.

Les mots-clés ajoutés, les types de correspondance et les mises sont ajoutés à la section *Selected Keywords* (mots-clés sélectionnés).

Dans la section *Selected Keywords* (mots-clés sélectionnés), vous pouvez consulter et mettre à jour les mots-clés que vous avez ajoutés à partir des sections *Suggested Keywords* (mots-clés suggérés) et *Additional Keywords* (mots-clés supplémentaires).

Remarque : Un maximum de 1 000 combinaisons de mots-clés et de types de correspondance est autorisé par groupe d'annonces.

Pour mettre à jour une valeur de mise, saisissez la nouvelle valeur de mise dans la zone de texte située sous la colonne *Bid* (mise). Utilisez la touche à bascule de la colonne *Status* (état) pour activer ou désactiver un mot-clé. L'état de chaque mot-clé ajouté est « activé » par défaut.

- Vous pouvez modifier les mots-clés en bloc en cochant les cases et en cliquant sur *Select action* (sélectionner une action).
- Choisissez *Select action* (sélectionner une action) dans le menu déroulant pour mettre l'état en suspens, le réactiver, saisir une nouvelle offre ou appliquer la mise suggérée.
- Cliquez sur **Next** (suivant) pour sélectionner le ou les types de correspondance auxquels vous souhaitez appliquer la modification en bloc, puis cliquez sur **Apply changes** (appliquer les modifications).



AJOUTER ET SÉLECTIONNER DES MOTS-CLÉS – ÉTAPE 5

Selected Keywords (15/1000)

☐	great value	Broad	\$0.75	\$ 0.75	☒
		Phrase	\$0.75	\$ 0.75	☐
		Exact	\$0.75	\$ 0.75	☐
☐	pinto bean	Broad	\$0.62	\$ 0.62	☒
		Phrase	\$0.62	\$ 0.62	☐
		Exact	\$0.62	\$ 0.62	☐
☐	dry bean	Broad	\$0.41	\$ 0.41	☒
		Phrase	\$0.41	\$ 0.41	☐
		Exact	\$0.41	\$ 0.41	☐
☒	dry pinto bean	Broad	\$0.41	\$ 0.41	☒
		Phrase	\$0.41	\$ 0.41	☐
		Exact	\$0.41	\$ 0.41	☐
☒	great value dry bean	Broad	\$0.41	\$ 0.41	☒
		Phrase	\$0.41	\$ 0.41	☐

2 Items Selected

Select action

☐ Pause status

☐ Unpause status

☒ Enter new bid

☐ Apply sugg. bid

Next

* À titre d'exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.

Selected Keywords (15/1000)

☐	great value	Broad	\$0.75	\$ 0.75	☒
		Phrase	\$0.75	\$ 0.75	☐
		Exact	\$0.75	\$ 0.75	☐
☐	pinto bean	Broad	\$0.62	\$ 0.62	☒
		Phrase	\$0.62	\$ 0.62	☐
		Exact	\$0.62	\$ 0.62	☐
☐	dry bean	Broad	\$0.41	\$ 0.41	☒
		Phrase	\$0.41	\$ 0.41	☐
		Exact	\$0.41	\$ 0.41	☐
☒	dry pinto bean	Broad	\$0.41	\$ 0.41	☒
		Phrase	\$0.41	\$ 0.41	☐
		Exact	\$0.41	\$ 0.41	☐
☒	great value dry bean	Broad	\$0.41	\$ 0.41	☒
		Phrase	\$0.41	\$ 0.41	☐

2 Items Selected

Select action

Apply to

Select Match Type

☐ All

☐ Broad

☒ Exact

☐ Phrase

Apply changes

* À titre d'exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.

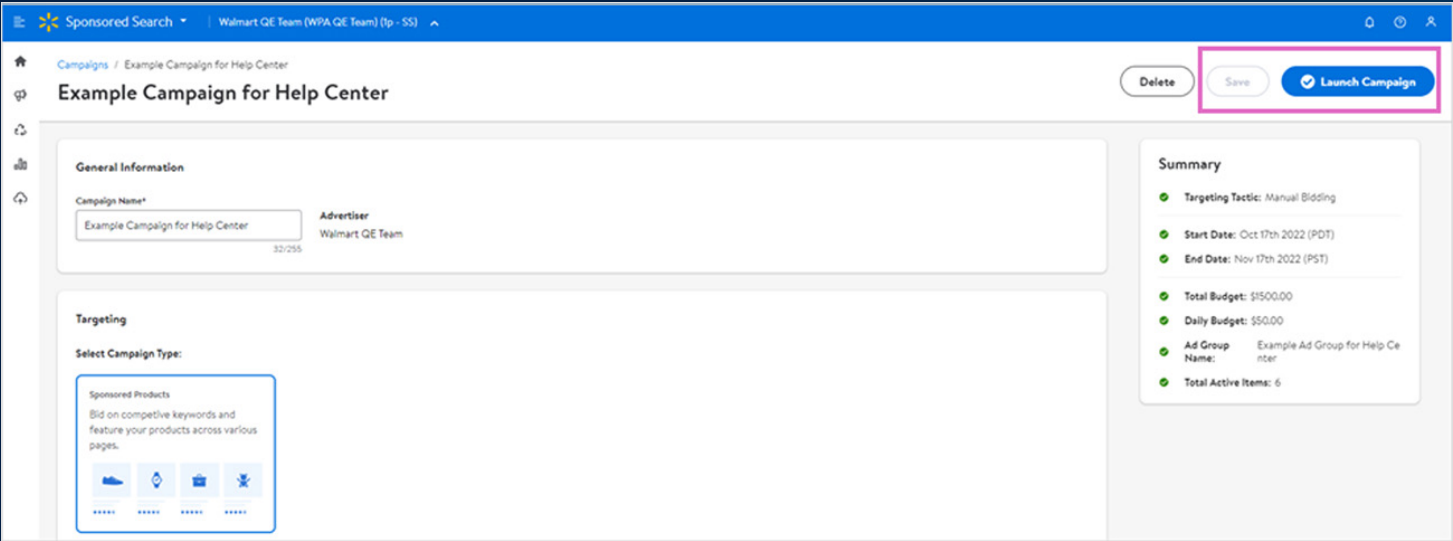


AJOUTER ET SÉLECTIONNER DES MOTS-CLÉS – ÉTAPE 5

Enregistrer un groupe d’annonces et lancer une campagne

Une fois que vous avez ajouté tous vos mots-clés et ajusté toutes vos mises, vous devez enregistrer votre groupe d’annonces en cliquant sur le bouton **Save** (enregistrer) dans le coin supérieur droit de la page.

Une fois que vous êtes satisfait de la configuration de votre campagne, cliquez sur **Launch Campaign** (lancer la campagne).





MISES SUGGÉRÉES

Cet article donne un aperçu des mises suggérées pour les campagnes automatiques et manuelles

En quoi consistent les mises suggérées?

Les mises suggérées sont des recommandations automatisées de montant de mise visant à améliorer le processus de gestion de la campagne. Les suggestions sont basées sur des mises gagnantes pour des annonces similaires et permettent de diffuser des impressions plus pertinentes.

Les récentes améliorations apportées aux mises suggérées permettent de ne plus faire de suppositions et d'augmenter les chances que l'annonce d'un annonceur soit diffusée. Nous avons amélioré cette fonctionnalité afin de fournir des recommandations

automatisées et plus précises basées sur des mises gagnantes pour des annonces similaires. Ces recommandations automatisées de montant de mise sont proposées pour le type d'article et pour les mots-clés dans le cadre des correspondances élargies, terminologiques et exactes à travers tous les canaux de demande. Les annonceurs peuvent obtenir des informations sur les mises concurrentielles et comparer leurs mises actuelles afin d'avoir plus de succès sur notre plateforme.

Si vous ne savez pas quelle mise utiliser pour votre ou vos campagnes, nous vous recommandons d'utiliser la mise suggérée. Cela vous aidera à diffuser des impressions basées sur des annonces similaires à la vôtre.



MISES SUGGÉRÉES

Procédure à suivre

La fonctionnalité Suggested Bid (mise suggérée) est disponible pour toutes les campagnes d'articles commandités et de marques commanditées.

Suivez les étapes ci-dessous pour trouver cette fonctionnalité dans le Centre des annonces de Walmart Connect.

Pour les campagnes automatiques

Pour les campagnes automatiques d'articles commandités, la mise suggérée s'affiche à côté de chaque article de la campagne.

Item List Ad Group Name: Example Ad Group for Help Center

Select Items to Advertise

great value bean

All Items (1995)

Item Name	Item Id	Sugg. Bid	Add All
Bean, Great Northern	10276992	\$0.20	Add
Mr. Bean's Holiday / Bean Value Pack	10022968	\$0.20	Add
Great Value Hickory Smoked Bacon, 24 oz	10293912	\$0.20	Add
Great Value Whole Grain Quick rolled Oats	10316926	\$0.20	Add
Great Value Maraschino Cherries, 10 Oz	10316927	\$0.20	Add
Great Value Granulated Sugar, 10 lbs	10316931	\$0.20	Add
Great Value Baby Lima Beans, 16 oz	10316934	\$0.20	Add
Great Value Black Eyed Peas, 16 oz	10316936	\$0.20	Add
Great Value Large Lima Beans, 32 oz	10316941	\$0.20	Add
Great Value Small Red Beans, 16 oz	10316945	\$0.20	Add
Great Value Pinto Beans, 32 oz	10316947	\$0.20	Add

Added Items (\$/2000)

☐	Item Name	Item Id	Sugg. Bid	Bid	Status
☐	Great Value Pork & Beans, 15 oz Can	10316922	\$0.20	\$0.2	☒
☐	Great Value Black Beans, 16 oz	10316935	\$0.20	\$0.2	☒
☐	Great Value Great Northern Dried Beans, 16 oz	10316937	\$0.20	\$0.2	☒
☐	Great Value Lentils, 16 oz	10316942	\$0.20	\$0.2	☒
☐	Great Value Navy Beans, 16 oz	10316944	\$0.20	\$0.2	☒

* À titre d'exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.



MISES SUGGÉRÉES

Pour les campagnes manuelles

Pour les campagnes manuelles d’articles commandités, la mise suggérée s’affiche sous la section des mots-clés.

Keywords Ad Group Name: Example Ad Group for Help Center

Suggested Keywords

Additional Keywords

List of keywords (178)

☐	Keywords	Match Type	Sugg. Bid	Add All
☐	bean	Broad	\$0.62	Add
		Phrase	\$0.62	Add
		Exact	\$0.62	Add
☐	pinto bean 20 lb	Broad	\$0.75	Add
		Phrase	\$0.75	Add
		Exact	\$0.75	Add
☐	pinto	Broad	\$0.62	Add
		Phrase	\$0.62	Add
		Exact	\$0.62	Add
☐	gluten free pasta	Broad	\$0.53	Add
		Phrase	\$0.53	Add
		Exact	\$0.53	Add
☐	great value pinto bean	Broad	\$0.62	Add
		Phrase	\$0.62	Add
		Exact	\$0.62	Add

Selected Keywords (15/1000)

☐	Keywords	Match Type	Sugg. Bid	Bid	Status
☐	pinto bean	Exact	\$0.62	\$ 0.62	☒
		Broad	\$0.62	\$ 0.62	☒
		Phrase	\$0.62	\$ 0.62	☒
☐	dry pinto bean	Broad	\$0.75	\$ 0.41	☒
		Exact	\$0.75	\$ 0.5	☒
		Phrase	\$0.75	\$ 0.41	☒
☐	great value dry bean	Phrase	\$0.41	\$ 0.41	☒
		Exact	\$0.41	\$ 0.5	☒
		Broad	\$0.41	\$ 0.41	☒
☐	great value	Phrase	\$0.75	\$ 0.75	☒
		Broad	\$0.75	\$ 0.75	☒
		Exact	\$0.75	\$ 0.75	☒
☐	dry bean	Broad	\$0.41	\$ 0.41	☒
		Phrase	\$0.41	\$ 0.41	☒
		Exact	\$0.41	\$ 0.41	☒

* À titre d’exemple seulement. Peut ne pas représenter les mises disponibles sur la version canadienne de la plateforme.

