



MENER UNE CAMPAGNE GOOGLE ADWORDS



présentiel



à distance



classe virtuelle



sur mesure



COMPÉTENCES ATTENDUES ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Maîtriser des outils fournis par Google Adwords
- Adopter une stratégie adaptée aux cibles, produits ou services

1 JOUR
7 HEURES



PARTICIPANTS

Webmasters, responsables marketing et communication, rédacteurs de contenu.



PRÉREQUIS

Avoir une bonne culture web et des notions de référencement naturel.



ÉVALUATION

Mesurer et attester le degré de maîtrise des apprentissages.



VALIDATION

Attestation de l'organisme de formation



COMPRÉHENSION DES CAMPAGNES DE LIENS SPONSORISÉES OU « PAY-PER-CLICK »

- Composantes fondamentales d'une campagne
- Où trouve-t-on les annonces ?
- Les divers types d'annonces
- Les diverses plateformes
- Comment les affichages sont-ils déterminés ?
- Comment les coûts sont-ils calculés ?

PRÉPARATION D'UNE CAMPAGNE

- Choix des mots-clés
- Paramétrage de la campagne
- Création de groupes d'annonces
- Budget et types d'enchères
- Choix des réseaux et appareils d'affichage
- Ciblage géographique

PRÉPARATION DU SUIVI DE CAMPAGNE

- Mise en place du suivi de conversions
- Paramétrage du suivi dans Google Analytics
- Rédaction optimisée des annonces

PRÉPARATION DE PAGES CIBLES EFFICACES

- Comprendre les pages cibles, ou pages d'atterrissage « Landing pages »
- Création des formulaires
- Les éléments à inclure systématiquement
- Les éléments d'action
- Test de différentes versions
- Lancement, analyse et optimisation de la campagne
- Évaluer le taux de clics
- Ajuster les groupes d'annonces et mots-clés
- Ajouter des mots-clés
- Ajuster le budget
- Créer des rapports exploitables
- Améliorer le taux de clic et le taux de conversion

