

Google Adwords : Optimiser votre référencement



PRÉSENTIEL

Les fondamentaux de Google Adwords

Comprendre le fonctionnement de Google Adwords et le vocabulaire utilisé. Comprendre la structure de Google Adwords (réseaux, campagnes, annonces ...)
Comprendre le rôle primordial de la page de chute dans la réussite des objectifs d'une campagne Google Adwords
Comprendre le "Quality Score"

La création d'une campagne Adwords

Apprendre à formuler le contenu d'une campagne de liens sponsorisés Google Adwords dans un cahier des charges selon les critères de "Quality Score"
Apprendre à utiliser les outils de sélection de mots clés pertinents et rentables
Apprendre à identifier et sélectionner des sites du réseau Google Adwords en fonction de la pertinence de leur audience par rapport au profil de la cible
Apprendre les méthodes de rédaction d'annonces pertinentes à fort potentiel de clics
Apprendre à utiliser l'interface de Google Adwords pour paramétrer le ciblage d'affichage des annonces (langue, zones géographiques, réseaux de diffusion, terminaux de diffusion)

Le suivi et l'optimisation d'une campagne Adwords

Apprendre à s'en servir des rapports de performance pour entretenir et optimiser les campagnes
Lier son compte Google Adwords à Google Analytics
Mesurer de façon précise son retour sur investissement
Replacer Adwords par rapport au référencement naturel

OBJECTIFS

Optimiser la visibilité d'un site web au travers d'une campagne de liens commerciaux sur un moteur de recherche Google
Générer à court-terme un trafic ciblé et de qualité susceptible de transformer le visiteur en consommateur

PRÉ-REQUIS

Bien connaître le web en général (indispensable) et avoir le contrôle technique de son site Internet

PUBLIC

Webmasters ou responsables de sites Web souhaitant générer du trafic qualifié sur leur site Internet

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

AVANT LA FORMATION: IMPLIQUER

Questionnaire pré-formation et/ou recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

PENDANT LA FORMATION: APPLIQUER

Méthodes actives et participatives
Mises en pratique (70%), échanges (20%) et apports théoriques (10%)
Elaboration de son plan d'actions personnalisé

APRÈS LA FORMATION : ACCOMPAGNER

Rappels de contenu envoyés par mail
Suivi post-formation

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, exercices

ÉVALUATION

Évaluation des compétences

Tests, cas pratiques, exercices, mises en situation, jeux de rôle...

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction stagiaire
Synthèse fin de stage du formateur

VALIDATION

Attestation de fin de formation
Attestation de présence

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION

Le contrôle de l'exécution de la formation est assuré par le formateur

DATES

Cf planning