

# 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