

Apprendre à utiliser Google Adwords

Réf. : FT-WEB-GOAD-MDS

Durée formation : 2 jours - 14 heures

Objectifs : Comprendre et maîtriser les techniques de référencement payant. Définir une stratégie SEA et fixer des objectifs. Lancer et gérer une campagne Adwords sur le réseau de recherche et le réseau display. Générer du trafic ciblé sur son site Web et mesurer le ROI.

Public : Toute personne en charge du développement commercial d'un site web.

Pré-requis : Maîtriser la micro-informatique et la navigation sur Internet.

Méthode pédagogique : Formation présentielle individuelle ou en groupe avec un formateur. L'échange est favorisé et encouragé par des temps de synthèse et de question réponse. Alternance théorie et pratique. Les apports méthodologiques sont illustrés d'exemples puis concrétisés à partir d'une recherche collective sur l'application possible en situation.

Déroulement de la formation : Mise à disposition d'une salle de formation équipée d'ordinateurs, licences à jour, vidéo-projecteur, tableau blanc et de hauts-parleurs et caméra si nécessaire. Accueil du/des stagiaire(s) 15 minutes avant le démarrage de la formation autour d'un café.

Suivi : Avant la formation, le participant est invité à compléter un **questionnaire d'évaluation avant formation**. Il pourra être audité par le formateur et/ou le conseiller commercial. **En début de formation,** le participant est invité à exprimer ses attentes afin de valider l'adéquation entre les objectifs individuels et de formation. Ces attentes seront reprises lors de la séquence d'évaluation de la formation pour relever, en tour de table, le niveau d'attente exprimé par le participant ainsi que sa satisfaction vis-à-vis du contenu et du déroulement de la formation. Une **fiche d'évaluation «à chaud»** sera remplie par le stagiaire. Un **compte-rendu de formation** sera rédigé par le formateur à l'issue de la formation. Une **fiche de suivi «post-formation»** sera remplie par le stagiaire 3 mois après la formation afin de vérifier l'utilité de celle-ci.

Moyen de suivi de la formation : Émargement.

Évaluation des acquis : Réalisation d'un exercice pratique reprenant les notions abordées lors de la formation et/ou d'un quizz.

Validation : Une attestation de fin de formation sera remise à l'issue de la formation.

Certification : Questionnaire en ligne intégrant QCM et exercices pratiques en condition d'examen en fin de formation (en option, + 1h15). **Éligible CPF :** Oui.

1. INTRODUCTION

- A quoi sert et comment fonctionne Google Adwords ?
- Différence entre le search et le display.

2. DÉFINIR SA STRATÉGIE DE CAMPAGNE

- Définir ses objectifs : vente, trafic...
- Choisir sa période de diffusion et son ciblage géographique.
- Budget et stratégie d'enchères.
- Définir les objectifs du site : trafic, notoriété, vente, leads, contacts, monétisation...

3. SEARCH - ADWORDS : RÉSEAU DE RECHERCHE

- Création d'une campagne Search :
 - Structure des campagnes et des groupes d'annonces.
 - Planification des mots clés (sélection, exclusion).
 - Définition des ciblages.
 - Définition des enchères.
 - Les enjeux du score de qualité.
 - Extensions d'annonces.
- Analyse d'une campagne :
 - Lier des comptes Google Analytics ou Webmaster Tools à votre campagne.
 - Prévisualisation et diagnostic des annonces.
 - L'entonnoir de conversion pour les recherches.
 - Outil "Opportunités".
 - Analyse des termes de recherche, analyse des enchères, diagnostic des mots clés, génération de reportings.
 - Optimisation d'une campagne Search :
 - Optimiser pour le ROI ou optimiser pour la notoriété, les stratégies d'enchères.
 - Introduction à la campagne Dynamic Search ADS (DSA).
 - Introduction au remarketing : mise en place du tag de emarketing et création d'une campagne de Remarketing For Search (RLSA).

Apprendre à utiliser Google Adwords

Réf. : FT-WEB-GOAD-MDS

Durée formation : 2 jours - 14 heures

4. ADWORDS DISPLAY

- Création d'une campagne Display :
 - Objectifs marketing :
 - Ciblage géographique.
 - Stratégie d'enchères & modes de diffusion,
 - Extensions d'annonces.
 - Remier groupe d'annonce, présentation des différents formats d'annonces et structure de la campagne.
 - Annonces textuelles.
 - Annonces illustrées.
 - Annonces vidéo.
 - Annonces de réseau social.
 - Les formats d'annonces et les méthodes de ciblage.
- Mots clés pour le réseau Display :
 - Emplacements.
 - Ciblage et stratégie d'enchères.
 - Ciblage géographique, combinaison de ciblage & ciblage optimisé, paramètres du ciblage.
 - Stratégies d'enchères.

5. CERTIFICATION ET CODE CPF (EN OPTION)

- Cette formation prépare à la Certification.
- Code correspondant sur le site officiel du CPF : www.moncompteformation.gouv.fr.