

## ADWORDS, 1<sup>ère</sup> page Google

### PUBLIC CONCERNE

Toute personne responsable de site voulant acquérir du trafic payant et qualifié.  
L'accès à cette formation, pour les personnes en situation de handicap, est facilité.

### PREREQUIS

Une bonne pratique d'Internet est recommandée, débutant ou ayant déjà créé une première campagne  
Si nécessaire, [un questionnaire de niveau](#) permettra de s'assurer de l'adéquation des compétences du stagiaire avec les prérequis.

### DURÉE ET MODALITÉS D'ORGANISATION

2 jours – 14 heures (8h30-12h / 13h30-17h)  
+ 2 jours, 14 heures d'ateliers pour les participants concernés. En présentiel.

Dates en continu ou discontinu selon  
[le calendrier à consulter sur notre site](#)

### EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION

[Attestation individuelle de fin de formation](#) comprenant le résultat de l'évaluation des acquis validés par le formateur.

[Bilan qualitatif](#) de fin de stage permettant de mesurer la satisfaction du stagiaire sur les qualités pédagogiques, l'organisation ainsi que sur l'atteinte de ses objectifs.

### MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

La formation est animée par un professionnel confirmé qui alterne apports théoriques et mise en pratique individuelle.  
Le nombre de participants par session est limité, ce qui assure un suivi personnalisé et une optimisation des acquis.  
Chaque participant dispose d'un ordinateur récent, d'une connexion Internet haut débit. Remise d'un support de cours adapté.

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de la formation, le stagiaire doit être capable de créer et gérer vos campagnes Adwords pour optimiser les visites sur votre site à partir de Google et améliorer le taux de transformation.  
*L'acquisition de ces compétences est évaluée par le formateur tout au long de la formation par des exercices de mise en pratique immédiate.*

### QUALITÉ DES FORMATEURS

Formateurs professionnels expérimentés  
(voir l'équipe pédagogique sur notre site)

### LIEU DE LA FORMATION

Formation réalisée au centre de formation :  
3 Bd de Clairfont, Naturopôle, Bât. H 66350 Toulouges

## PROGRAMME DÉTAILLÉ :

### NOTIONS DE BASE ADWORDS

- Présentation de Google Adwords
- Trafic Adwords contre Référencement naturel

### 1 - CREER VOS CAMPAGNES AVEC GOOGLE

#### ADWORDS CREATION DU COMPTE

- Paramétrage
- Fonctionnement de la facturation et des paiements

#### ARCHITECTURE D'UN COMPTE ADWORDS

- Les campagnes
- Les groupes d'annonces
- Les annonces
- Les mots clés

### OPTIMISER LE DECOUPAGE DE VOS CAMPAGNES

- Comment organiser vos campagnes en fonction de l'arborescence de votre site
- Définir le budget de chaque campagne

### OPTIMISER LES GROUPES D'ANNONCES

- Comment découper vos campagnes en groupes d'annonces ?
- Intérêt d'un découpage précis de votre catalogue de produits ou prestations

### LES MOTS CLES

- Le générateur de mots clés de Google Adwords
- Ciblage des mots clés et risques du ciblage Large

- Comment définir l'enchère de chaque mot clé (CPC)
- État de validation d'un mot clé

### LES ANNONCES (TEXTUELLES)

- Comment créer une annonce ?
- Faire des variations d'annonces
- Le paramètre KeyWord dans les annonces pour un meilleur taux de clics
- État de validation d'une annonce
- Page d'atterrissage des annonces (Landing Page)
- Règles d'écriture

### SUIVI DE VOS CONVERSIONS DANS ADWORDS

- Installation du code de suivi de conversion dans votre site

### 2 - OPTIMISER VOS CAMPAGNES

#### APPRENDRE A ANALYSER

#### ET OPTIMISER LES STATISTIQUES ADWORDS

- Le coût par clic (CPC)
- Le taux de clics (CTR)
- La position moyenne des mots clés
- Le taux d'impressions perdues

### OPTIMISER LES MOTS CLES

- Apprendre à naviguer facilement grâce aux filtres
- Afficher les termes de recherches
- Exclure des mots clés hors-sujet ou non rentables
- Ajuster les CPC de chaque mot clé en fonction de leur position