

ADWORDS, 1^{ère} page Google

| PUBLIC CONCERNE | | PREREQUIS | |
|---|--|---|--|
| 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. | | Une bonne pratique d'Internet est recommandée, débutant ou ayant déjà créé une première campagne Si nécessaire, <u>un questionnaire de niveau</u> permettra de s'assurer de l'adéquation des compétences du stagiaire avec les prérequis. | |
| DURÉE ET MODALITES 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 <u>le calendrier à consulter sur notre site</u> | |
| EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION | | MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES | |
| Attestation individuelle de fin de formation comprenant le résultat de l'évaluation des acquis validés par le formateur. <u>Bilan qualitatif</u> 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. | | 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. <i>L'acquisition de ces compétences est évaluée par le formateur tout au long de la formation par des exercices de mise en pratique immédiate.</i> | | |
| QUALITE DES FORMATEURS | | LIEU DE LA FORMATION | |
| Formateurs professionnels expérimentés (voir l'équipe pédagogique sur notre site) | | Formation réalisée au centre de formation : 3 Bd de Clairfont, Naturopôle, Bât. H 66350 Toulouges | |

PROGRAMME DETAILLÉ :

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