

MENER UNE CAMPAGNE GOOGLE ADWORDS



COMPÉTENCES ATTENDUES ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Maîtriser des outils fournis par Google Adwords
- Adopter une stratégie adaptée aux cibles, produits ou services

0,5 JOUR
3H30



PARTICIPANTS

Webmasters, responsables marketing et communication, rédacteurs de contenu.



PRÉREQUIS

Avoir une bonne culture web et des notions de référencement naturel.



ÉVALUATION

Mesurer et attester le degré de maîtrise des apprentissages.



VALIDATION

Attestation de l'organisme de formation

BUROSCOPE

Certification TOSA DIGITAL

TOSA
by ECOGRAD



COMPRÉHENSION DES CAMPAGNES DE LIENS SPONSORISÉS OU « PAY-PER-CLICK »

- Composantes fondamentales d'une campagne
- Où trouve t-on les annonces ?
- Les divers types d'annonces
- Les diverses plateformes
- Comment sont déterminés les affichages ?
- Comment sont calculés les coûts ?

PRÉPARATION D'UNE CAMPAGNE

- Choix des mots-clés
- Paramétrage de la campagne
- Création de groupes d'annonces
- Budget et types d'enchères
- Choix des réseaux et appareils d'affichage
- Ciblage géographique

PRÉPARATION DU SUIVI DE CAMPAGNE

- Mise en place du suivi de conversions
- Paramétrage du suivi dans Google Analytics
- Rédaction optimisée des annonces

PRÉPARATION DE PAGES CIBLES EFFICACES

- Comprendre les pages cibles ou pages d'atterrissement (« Landing pages »)
- Créer des formulaires
- Les éléments à inclure systématiquement
- Les éléments d'action
- Test de différentes versions
- Lancement, analyse et optimisation de la campagne
- Evaluer le taux de clics
- Ajuster les groupes d'annonces et mots-clés
- Ajouter des mots-clés
- Ajuster le budget
- Créer des rapports exploitables
- Améliorer le taux de clic et le taux de conversion