

PROGRAMME DÉTAILLÉ

COMMUNICATION – WEBMARKETING

Réf. CM04011 **REFERENCEMENT ADWORDS** MARKETING WEB SEA

PUBLIC :

Personnel du service marketing, webmaster, chefs d'entreprises... ou toutes personnes voulant maîtriser le marketing web avec Adwords.

PRÉ-REQUIS :

Bonne maîtrise de l'informatique.

OBJECTIFS :

La formation REFERENCEMENT ADWORDS a pour objectifs de :

- Maîtriser la gestion de campagnes de référencement commercial avec Google Adwords.
- Savoir analyser les performances de campagne.

DURÉE :

3 jours.

MÉTHODES ET OUTILS

PÉDAGOGIQUES :

Formation dispensée par un formateur professionnel spécialisé dans le marketing web.

PC / Mac complet.

Divers supports de cours fournis.

Méthode pédagogique participative. Validation des acquis (QCM). Attestation de formation. Formation théorique et pratique.

LIEU DE FORMATION :

En stage ou en intra.

EFFECTIF :

1 à 10 personnes.

Date d'élaboration 12/08/2020
Dernière mise à jour 12/08/20
Version : 1

Vous avez un besoin de formation sur **ADWORDS** ? Profitez de nos solutions formatives dédiées à vos besoins et adaptées à votre activité professionnelle. Nos formateurs sont des professionnels recrutés pour leur expérience professionnelle et leur expertise sur les logiciels de design 3D. Nos consultants traceront avec vous un programme ciblé sur les précisions de vos demandes.

Partout en France : Amiens, Angers, Bordeaux, Dijon, Grenoble, Le Havre, Le Mans, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Montpellier, Nantes, Nice, Nîmes, Orléans, Paris, Perpignan, Reims, Rennes, Rouen, Saint-Etienne, Strasbourg, Toulon, Toulouse, Tours, Villeurbanne...

CONTENU

Rappel historique des standards du web

Que s'est-il passé depuis html 4 ?
Whatwg et w3c

Utiliser les liens sponsorisés

Le principe et l'intérêt des liens sponsorisés.
Enjeux des liens sponsorisés (rentabilité, problématique de la fraude au clic, droit).
Les réseaux et formats publicitaires (Google Adwords/ adsense, bing...)
Le mode de fonctionnement (systèmes d'enchères, quality score Google...)
Comprendre l'interface Google Adwords.

Définir sa stratégie de campagne

Définir ses objectifs (vente, trafic...)
Stratégie de complémentarité avec le référencement naturel.
Choisir sa période de diffusion et son ciblage géographique.
Déterminer son budget et sa stratégie d'enchères.
Définir ses indicateurs clés de performance (kpi).

Créer et mettre en ligne une campagne Adwords

Paramétrer sa campagne (facturation, budget, ciblage géographique, mode de diffusion).
Structurer sa campagne.
Déterminer ses enchères.
Rédiger ses annonces.
Exploiter les extensions d'annonces (lieu, appel, liens annexes, avis, produits...)
Définir ses landing pages et les optimiser.
Paramétrer le tracking statistique (Google analytics, weborama, xiti/atinternet, ominture...).

Optimiser la performance de la campagne Adwords

Créer des tableaux de bords de suivis.
Savoir analyser la performance de la campagne en fonction des kpi définis.
Mettre en œuvre des actions correctives.
Maîtriser Google Adwords editor.
Optimiser ses landing pages via le test a/b.
Savoir faire vivre sa campagne dans le temps.

Optimiser les réseaux de contenu de Google

Opportunités offertes pour le marketing et la communication.
Premiers pas pour lancer une campagne.
Les campagnes vidéos.
Les campagnes mobiles.

Fin de formation

Conclusions.
Test de niveau et correction.
Evaluation qualitative.
Validation des acquis.
Remise de l'attestation de formation.
Remise d'un support de cours et documents annexes.

