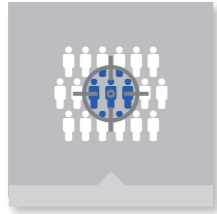




## ► COMPRENDRE GOOGLE ADWORDS

## ► LES ÉTAPES VERS GOOGLE ADWORDS



### ► DÉFINITION

La formation **Google Adwords** vous permet d'apprendre à créer et gérer vos campagnes de liens sponsorisés.

Grâce à la formation TAMENTO, accentuez la visibilité de votre site internet et générez du trafic ciblé.



### ► OBJECTIFS

- Créer une campagne avec Google Adwords
- Mettre en place une stratégie SEA
- Définir un budget
- Gérer sa campagne et créer du trafic
- Mesurer le ROI
- Mettre en place des actions correctives

### ► POUR QUI ?

- Responsable communication
- Responsable Webmarketing
- Chef de projet web
- Rédacteur web

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Google Adwords



Google Analytics

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## ○ JOUR 1

### Découverte de Google Adwords

- Historique
- Différence Adwords et Adsense
- L'impact des résultats sponsorisés pour les utilisateurs
- Principe de fonctionnement de la régie Google Adwords
- Les principaux concurrents du système de publicité de Google
- L'influence de Google Adwords sur le référencement naturel
- Enjeux des liens sponsorisés (rentabilité, fraude au clic, etc...)
- Réseaux de diffusion (réseau de recherche, réseau de sites partenaires, partenaires de recherche, etc.).
- Prise en main de l'interface Adwords

DEMO

### Les fondamentaux de Google Adwords

- Qu'est-ce le Quality Score (QS) ?
- Explication du système d'enchère de Google Adwords
- Définition des indicateurs de performances stratégiques

### Créer une campagne Adwords Search

- Mise en place de la campagne
- Sélection des bons supports de diffusion
- Les différents réseaux partenaires Adwords
- Déterminer son budget quotidien
- Planifier la campagne
- Ciblage des mots-clés
- Paramétrage des extensions d'annonces

### Création des groupes d'annonces et des annonces

- Comment rédige-t-on une annonce sous Adwords ?
- Définir sa page de destination
- Les annonces textuelles : contraintes
- Les annonces mobiles
- Déterminer ses enchères
- Les extensions d'annonce
- Modifier une annonce : comment ? pourquoi ? quelles conséquences ?

## ○ JOUR 2

### Appliquer une méthodologie : l'importance des mots-clés dans Google Adwords

- Bien définir sa cible
- Définir une stratégie de mots-clés cohérente
- Utilisation du générateur de mots-clés
- Les options de correspondance des mots-clés
- Évaluer les résultats
- Créer une campagne Adwords

PRATIQUE

### La page de destination

- Importance de la page de destination
- Comment concevoir une landing page efficace ?
- Optimiser la performance de vos pages

### Les fonctionnalités avancées

- Paramétrer le suivi des conversions
- Optimisation des annonces
- Les annonces dynamiques
- Règles automatiques
- Stratégies d'enchères
- Les optimiseurs
- Données concurrentes
- Les recommandations

### Créer et mettre en ligne des campagnes Display et Retargeting

- Principes et intérêts
- Les campagnes sur Youtube
- Les campagnes Display : ciblage par mots clés, audience...
- Les campagnes retargeting
- Créer une annonce illustrée et sélectionner les emplacements

PRATIQUE

### Mesurer, Analyser et Optimiser ses campagnes

- Google Analytics et Google Adwords
- Créer des tableaux de bord de suivis
- Les outils d'optimisations
- Créer des rapports Adwords (Data Studio)
- Créer des campagnes Search complètes

PRATIQUE

### Conclusion



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com