

METTRE EN PLACE UNE CAMPAGNE AdWORDS

Durée

1 jour

Référence Formation

5-NO-ADWD

Objectifs

Optimiser vos campagnes de mots clefs pour générer du trafic complémentaire au référencement naturel sur vos sites Web
Sélectionner vos mots clefs et le prix maximum de vos enchères, créer leurs annonces associées et optimiser une à une vos campagnes de mots-clefs

Participants

Tout public

Pré-requis

Avoir un site marchand
Maîtriser l'environnement Internet

Moyens pédagogiques

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée d'un vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard ainsi qu'un ordinateur par participant pour les formations informatiques.
Positionnement préalable oral ou écrit sous forme de tests d'évaluation, feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation.
En fin de stage : QCM, exercices pratiques ou mises en situation professionnelle, questionnaire de satisfaction, attestation de stage, support de cours remis à chaque participant.
Formateur expert dans son domaine d'intervention
Apports théoriques et exercices pratiques du formateur
Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle des participants
Réflexion de groupe et travail d'échanges avec les participants
Pour les formations à distance : Classe virtuelle organisée principalement avec l'outil ZOOM. Assistance technique et pédagogique : envoi des coordonnées du formateur par mail avant le début de la formation pour accompagner le bénéficiaire dans le déroulement de son parcours à distance.

PROGRAMME

Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques

- Introduction à la formation SEO

Introduction

- Qu'est-ce que les liens sponsorisés ?
- Les différents leviers : search et display
- Les différents formats : texte, image, vidéo

Présentation

- Présentation de la plateforme AdWords
- Structure d'un compte AdWords

Plateforme

- Qu'est-ce qu'un mot clé ?
- Qualité du mot clé
- Choix et stratégie des mots clés
- Les enchères

Les mots clés :

- Les annonces textuelles
- Les extensions d'annonces, de lieux, téléphoniques, de liens (ad-links), de produits
- Les annonces vidéos et images

Les annonces

- Définition des objectifs de campagnes
- Organisation des campagnes
- Les performances des annonces
- Performances des mots clés

Les performances

- Généralités sur le niveau de qualité
- Comment repérer le niveau de qualité ?
- Impact du niveau de qualité

Les pages de destinations (Landing pages)

- Comment évaluer la rentabilité d'une campagne ?
- Google AdWords et Google Analytics
- Les autres outils de Google AdWords
- Historique des modifications
- Statistiques

Le niveau de qualité

- Création d'un compte google AdWords
- Création d'une nouvelle campagne
- Création d'une autre campagne
- Création d'une campagne, conclusion

Les outils Google AdWords

- Installer et utiliser google Editor
- Suggestions de mots-clés et exportation
- Conclusion



CAP ÉLAN FORMATION

www.capelanformation.fr - Tél : 04.86.01.20.50

Mail : contact@capelanformation.fr

Organisme enregistré sous le N° 76 34 0908834
version 2025