Marketing et communication Web

Mettre en place une campagne AdWords

1 jour (7 heures)

Délai maximum : 2 mois.

Parcours concourant au développement des compétences. Action de formation réalisée en application des articles L 6313-1 et L 6313-2 du Code du travail.

Si vous êtes en situation de handicap, contactez-nous avant le début de votre formation pour que nous puissions vous orienter efficacement et vous accueillir dans les meilleures conditions.

Objectifs pédagogiques

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

Pré-requis

- Avoir un site marchand
- Maîtriser l'environnement Internet

Modalités pédagogiques

Modalités de formation:

- Formation réalisée en présentiel, à distance ou mixte,
- Toutes nos formations peuvent être organisées dans nos locaux ou sur site
- Feuille de présence signée en demi-journée, questionnaires d'évaluation de la satisfaction en fin de stage et 60 jours après, attestation de stage et certificat de réalisation.
- Horaires de la formation: 9h - 12h30 et 13h30 - 17h.
- Les horaires de la formation sont adaptables sur demande.

Moyens pédagogiques

- Formateur expert dans le domaine,
- Mise à disposition d'un ordinateur, d'un support de cours remis à chaque participant,
- Vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard,
- Formation basée sur une alternance d'apports théoriques et de mises en pratique
- Formation à distance à l'aide du logiciel Teams pour assurer les interactions avec le formateur et les autres stagiaires, accès aux supports et aux évaluations. Assistance pédagogique afin de permettre à l'apprenant de s'approprier son parcours. Assistance technique pour la prise en main des équipements et la résolution des problèmes de connexion ou d'accès. Méthodes pédagogiques : méthode expositive 50%, méthode active 50%.

Public visé

Tout public

Modalités d'évaluation et de suivi

- Evaluation des acquis tout au long de la formation : QCM, mises en situation, TP, évaluations orales…

Programme de formation

1. Introduction

- Introduction à la formation SEO

2. Présentation

- Qu'est-ce que les liens sponsorisés ?
- Les différents leviers : search et display

Contacts

Notre centre à **Mérignac**
14 rue Euler
33700 MERIGNAC
05 57 92 22 00
contact@afib.fr

Notre centre à **Périgueux**
371 Boulevard des Saveurs,
24660 COULOUNIEIX CHAMIERS
05 64 31 02 15
contact@afib.fr

- Les différents formats : texte, image, vidéo

3. Plateforme
- Présentation de la plateforme AdWords
- Structure d'un compte AdWords

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

5. Les annonces
- Les annonces textuelles
- Les extensions d'annonces, de lieu, téléphoniques, de liens (ou ad-links), de produits
- Les annonces vidéos et images

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

7. Les pages de destinations (Landing pages)

8. Le niveau de qualité
- Généralités sur le niveau de qualité
- Comment repérer le niveau de qualité
- Impact du niveau de qualité

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

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

11. Google Editor
- Installer et utiliser Google Editor
- Suggestions de mots-clés et exportation
- Conclusion