



Mettre en place une campagne AdWords

Mise à jour févr. 2025

Durée 1 jour (7 heures)

« Délai d'accès maximum 1 mois »

OBJECTIFS PROFESSIONNELS

- 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

PARTICIPANTS

- Tout public

PRE-REQUIS

- Avoir un site marchand / Maîtriser l'environnement Internet

MOYENS PEDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de sous forme de réunion-discussion
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques.
- Remise d'un support de cours.

MODALITES D'EVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation,
- Questionnaire de satisfaction,
- Positionnement préalable oral ou écrit,
- Evaluation formative tout au long de la formation,
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles,
- Sanction finale : Certificat de réalisation, certification éligible au RS selon l'obtention du résultat par le stagiaire

MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation, équipée d'ordinateurs, d'un vidéo projecteur d'un tableau blanc et de paperboard. Nous préconisons 8 personnes maximum par action de formation en présentiel

MOYENS TECHNIQUES DES CLASSES EN CAS DE FORMATION DISTANCIELLE

- A l'aide d'un logiciel comme Teams, Zoom etc... un micro et éventuellement une caméra pour l'apprenant,
- suivez une formation uniquement synchrone en temps réel et entièrement à distance. Lors de la classe en ligne, les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Les formations en distanciel sont organisées en Inter-Entreprise comme en Intra-Entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage (support de cours, labs) ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré. Nous préconisons 4 personnes maximum par action de formation en classe à distance

ORGANISATION

- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30.

PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité.

Nantes / Rennes : 580 € HT
Brest / Le Mans : 580 € HT
Certification : NON

A L'ATTENTION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

- Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

Programme de formation

Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques (00h15)

- Historique des modifications
- Statistiques

Introduction (00h15)

- Introduction à la formation SEO

Présentation (00h30)

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

Plateforme (00h30)

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

Les mots clés : (00h45)

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

Les annonces (00h30)

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

Les performances (00h45)

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

Les pages de destinations (Landing pages) (00h15)

Le niveau de qualité (00h30)

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

Les outils Google AdWords (01h00)

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

Démarrer une campagne AdWords (00h45)

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

Google Editor (00h30)

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

Bilan, évaluation et synthèse de la formation (00h00)