

Mettre en place une campagne AdWords



OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- 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



PUBLIC CONCERNE

- Tout public



PREREQUIS

- 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 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
- Alternance entre apports théoriques et exercices pratiques (en moyenne 30 à 50%)
- 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,
- Attestation de stage à chaque apprenant,
- 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



MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée à minima d'un vidéo projecteur et d'un tableau blanc et/ou paperboard.
- Pour les formations nécessitant un ordinateur, un PC est mis à disposition de chaque participant.



MOYENS TECHNIQUES EN DISTANCIEL

- A l'aide d'un logiciel (Teams, Zoom...), d'un micro et éventuellement d'une caméra les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Sessions organisées en inter comme en intra entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré.
- Pour toute question avant et pendant le parcours, assistance technique à disposition au 04 67 13 45 45.



ORGANISATION

- Délai d'accès : 5 jours ouvrés (délai variable en fonction du financeur)
- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h



ACCESSIBILITE

- Les personnes en situation de handicap sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.
- Pour tout renseignement, notre référent handicap reste à votre disposition : mteyssedou@ait.fr



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.



CERTIFICATION POSSIBLE

- Aucune

Mettre en place une campagne AdWords

PRESENTATION DE LA FORMATION, DES PARTICIPANTS ET DE LEURS ATTENTES SPECIFIQUES

INTRODUCTION

- ☐ Introduction
- ☐ Introduction à la formation SEO

PRESENTATION

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

PLATEFORME

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

LES MOTS CLES :

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

LES ANNONCES

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

LES PERFORMANCES

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

LES PAGES DE DESTINATIONS (LANDING PAGES)

LE NIVEAU DE QUALITE

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

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

DEMARRER UNE CAMPAGNE ADWORDS

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

GOOGLE EDITOR

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

BILAN, EVALUATION ET SYNTHESE DE LA FORMATION