

Plan de formation

Google Adwords

Pré requis : bonne connaissance de l'ordinateur et utilisation d'Internet

Objectifs :

- > Savoir créer une campagne et agir sur ses paramètres et ses cibles.
- > Savoir définir les mots clés et les expressions avec des options de ciblage.
- > Connaître les facteurs pour améliorer la qualité des annonces et le CTR.
- > Savoir mesurer et suivre le taux de conversions avec Google Analytics.

Durée : 1 journée



>> Présentation de l'interface et définitions

- Rappels, structure de la page de résultats Google.
- Les 2 familles de réseaux : Recherche et Display.
- Structure d'un compte AdWords, Campagnes, Groupes d'annonces, Annonces
- Google Shopping et Google Merchant center
- Définitions : CTR, CPC, Taux d'impression, Niveau Qualité, ...

>> Les campagnes

- Création et paramètres généraux - Choix des réseaux - Type d'appareils.
- Le Ciblage géographique, définir les zones et les options de situation.
- Fixer son budget - Les options d'enchères et la priorité aux clics.
- Planifier les périodes de diffusion, la rotation des annonces.

>> Les annonces

- Savoir titrer avec des mots clés, une balise Keyword
- Annonce textuelle : inciter à l'action, communiquer un détail, date, tarif, ...
- Créer et utiliser des extensions d'annonces. (Produits, Lieux, tél., ...)
- Pertinence de la page de destination, l'url.
- Les annonces illustrée pour le Réseau Display - Emplacement et Thème.

>> Les mots clés et expressions

- Choix et ciblage, le rapport sur les termes de recherche.
- Les mots clés et expressions à exclure.
- Options : Requête large - Modificateur requête large - Mot clé exact - Expression exacte.
- Le simulateur d'enchère - Fixer le CPC max. / Niveau de qualité.
- Evaluation du positionnement - Le CTR.

>> Statistiques et rapports

- La création de rapports automatiques
- Configurer Google Analytics pour mesurer le taux de conversion / campagne.

