

## ADWORDS, 1<sup>ère</sup> page Google

PUBLIC CONCERNE		PREREQUIS
<p>Toute personne responsable de site voulant acquérir du trafic payant et qualifié. L'accès à cette formation, pour les personnes en situation de handicap, est facilité.</p>		<p>Une bonne pratique d'Internet est recommandée, débutant ou ayant déjà créé une première campagne Si nécessaire, <u>un questionnaire de niveau</u> permettra de s'assurer de l'adéquation des compétences du stagiaire avec les prérequis.</p>
DURÉE ET MODALITES D'ORGANISATION	<p>2 jours – 14 heures (8h30-12h / 13h30-17h) + 2 jours, 14 heures d'ateliers pour les participants concernés. En présentiel.</p>	<p>Dates en continu ou discontinu selon <u>le calendrier à consulter sur notre site</u></p>
EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION	<p><u>Attestation individuelle de fin de formation</u> comprenant le résultat de l'évaluation des acquis validés par le formateur. <u>Bilan qualitatif</u> de fin de stage permettant de mesurer la satisfaction du stagiaire sur les qualités pédagogiques, l'organisation ainsi que sur l'atteinte de ses objectifs.</p>	
OBJECTIFS DE LA FORMATION	<p>À l'issue de la formation, le stagiaire doit être capable de créer et gérer vos campagnes Adwords pour optimiser les visites sur votre site à partir de Google et améliorer le taux de transformation. <i>L'acquisition de ces compétences est évaluée par le formateur tout au long de la formation par des exercices de mise en pratique immédiate.</i></p>	
QUALITÉ DES FORMATEURS	LIEU DE LA FORMATION	
<p>Formateurs professionnels expérimentés (voir <u>l'équipe pédagogique sur notre site</u>)</p>	<p>Formation réalisée sur site client ou au centre de formation : 3 Bd de Clairfont, Naturopôle, Bât. H 66350 Toulouges OU à distance en visio face à face pédagogique, <u>voir nos modalités FOAD</u></p>	

### PROGRAMME DÉTAILLÉ :

#### NOTIONS DE BASE ADWORDS

- Présentation de Google Adwords
- Trafic Adwords contre Référencement naturel

#### 1 - CREER VOS CAMPAGNES AVEC GOOGLE

##### ADWORDS CREATION DU COMPTE

- Paramétrage
- Fonctionnement de la facturation et des paiements

##### ARCHITECTURE D'UN COMPTE ADWORDS

- Les campagnes
- Les groupes d'annonces
- Les annonces
- Les mots clés

##### OPTIMISER LE DECOUPAGE DE VOS CAMPAGNES

- Comment organiser vos campagnes en fonction de l'arborescence de votre site
- Définir le budget de chaque campagne

##### OPTIMISER LES GROUPES D'ANNONCES

- Comment découper vos campagnes en groupes d'annonces ?
- Intérêt d'un découpage précis de votre catalogue de produits ou prestations

##### LES MOTS CLES

- Le générateur de mots clés de Google Adwords
- Ciblage des mots clés et risques du ciblage Large

- Comment définir l'enchère de chaque mot clé (CPC)
- État de validation d'un mot clé

##### LES ANNONCES (TEXTUELLES)

- Comment créer une annonce ?
- Faire des variations d'annonces
- Le paramètre KeyWord dans les annonces pour un meilleur taux de clics
- État de validation d'une annonce
- Page d'atterrissage des annonces (Landing Page)
- Règles d'écriture

##### SUIVI DE VOS CONVERSIONS DANS ADWORDS

- Installation du code de suivi de conversion dans votre site

##### 2 - OPTIMISER VOS CAMPAGNES

##### APPRENDRE A ANALYSER

##### ET OPTIMISER LES STATISTIQUES ADWORDS

- Le coût par clic (CPC)
- Le taux de clics (CTR)
- La position moyenne des mots clés
- Le taux d'impressions perdues

##### OPTIMISER LES MOTS CLES

- Apprendre à naviguer facilement grâce aux filtres
- Afficher les termes de recherches
- Exclure des mots clés hors-sujet ou non rentables
- Ajuster les CPC de chaque mot clé en fonction de leur position