



# Créez votre campagne de pub sur internet avec adwords

Le référencement payant (sea - search engine advertising) est une technique payante, (dans les deux sens du terme), pour être rapidement visible dans les résultats de recherche.

Cependant, vous n'êtes pas seuls !

Vos concurrents achètent aussi de la publicité sur Internet.

Découvrez comment bien analyser son marché, cibler son audience et de peaufiner vos annonces afin de payer le moins possible pour une rentabilité maximale.

## **Durée**

7 heures

## **Objectifs**

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche : résultats naturels et payants
- Comprendre le marché de la publicité dans les résultats de recherche (search) ou dans les bannières (display) sur Internet
- Savoir cibler son audience et construire ses annonces de façon optimale
- Rappel des fondamentaux de Google Adwords
- Comprendre l'optimisation de la diffusion des campagnes en fonction de ses objectifs
- Comprendre le retour sur investissements (R.O.I) et sa mise en oeuvre dans Google Adwords
- Maîtriser les outils annexes à l'interface Google Adwords
- Cette formation a pour but de valider les acquis du participants et de perfectionner ses connaissances sur Google

Adwords. Il pourra approfondir sa maîtrise de l'interface, apprendre à optimiser ses campagnes afin d'améliorer son retour sur investissements.

### **Programme de formation**

Alternance d'explications, de démonstrations et de pratique (20% de pratique)

#### **Les moteurs de recherche**

- Principe, fonctionnement et contraintes des moteurs de recherche
- Quels usages pour quelle forme de publicité ?
- Le compte google (ouverture ou utilisation d'un compte gmail)

#### **Google Adwords et le sea**

- Réseau search et display
- Définir son audience
- Articulation entre campagne, groupes d'annonces et mots-clés
- Rédiger une annonce attractive et comprendre le Quality score

Régler, paramétrer son compte Adwords

- Cas pratique : créer votre campagne publicitaire sur Google

#### **Notions sur le ROI des campagnes**

- Comment optimiser son trafic ?
- Diversifier ses sources de trafic
- Savoir développer sa diffusion et l'alterner

#### **Les pièges à éviter au moment de l'optimisation**

- Les bonnes pratiques : contrecarrer les paramètres "par défaut" de Google

#### **Le R.O.I. : Qu'attendez-vous du trafic Google ?**

- Tout est envisageable : notoriété, trafic, leads... Ce sont les actions qui diffèrent
- Les unités de mesure propres ) chaque cas
- Les risques du R.O.I. : étouffement du compte
- Les astuces : tester ce que Google ne préconise pas pour atteindre un second souffle

#### **Utiliser les différentes "options" de Google**

- Usage détourné : combiner requête large et requête exacte pour obtenir une exclusion
- Balises Keyword et mots clés négatifs
- Maîtriser son flux Content/Search
- Utiliser les titres et descriptions mais aussi les bannières et les autres formats
- Le content : site targeting ou category targeting
- Adwords/Analytics : l'équipe qui gagne

## Les techniques avancées d'optimisation

- Au niveau du site : landing page, zoom sur l'URL : étude de cas
- Au niveau de la diffusion : maîtriser les analyses et les rapports
- Au niveau du ROI

## Adwords Editor : l'outil Google

- Rappel sur les usages de l'outil
- Recommandations et exercices ( duplication, édition, recherche )

## Les dernières nouveautés Google

- Publicité Youtube et Google Shopping
- Publicité sur les téléphones mobiles
- Re-marketing
  
- Méthodes expositives, démonstratives et actives
- Mises en situation et travaux pratiques
- Auto-Formation Tutorée en CDR en présence du formateur-expert (tutorat expert de contenu)
- Diaporamas et cartes heuristiques
- Supports remis aux stagiaires dès le début de la formation
- Sites web

## **Public visé**

Toute personne rattachée à la direction d'une entreprise, ou au service marketing ou commercial

## **Prérequis**

- Etre à l'aise sur le web et Internet
- Avoir accès à sa messagerie pendant la formation
- Avoir un compte Google actif
- Disposer d'un moyen de paiement (création de la campagne)

## **Modalités de suivis**

- Il est demandé aux stagiaires à chaque début de demi-journée la signature de la feuille de présence.
- Durant la formation, le formateur veille à la bonne compréhension et acquisition de l'information au travers de questions posées aux stagiaires.

## **Moyens pédagogiques**