

Formation Google Adwords (SEA) Initiation+Approfondissement

Durée :	2 jours
Public :	Webmasters, Chef de projet, Assistant E-Marketing
Pré-requis :	Maîtrise de base du web et connaissance minimale du référencement et du SEM
Objectifs :	Savoir créer une campagne Adwords et l'optimiser - Comprendre les notions avancées de référencement payant afin d'être capable de créer, de gérer et d'optimiser les différents types de campagnes Adwords
Référence :	E-M811-F
Demandeurs d'emploi :	Contactez-nous pour connaître les remises Pôle Emploi

Introduction

Historique de Google
Présentation du cours

Découvrir Adwords

Principes de fonctionnement
Description des annonces
Enjeux et intérêts

Créer une campagne Adwords Search

Les paramètres de la campagne
Définir les zones géographiques
Sélectionner les supports
Déterminer son budget quotidien
Planifier la campagne
Créer son premier groupe d'annonce
Définir son enchère

Créer ses annonces

Les règles de base
Critères d'amélioration de taux de clic
Optimisation de ses annonces
Erreurs courantes

Utiliser une méthodologie

Définir sa cible
Lister les mots clefs
Créer ses annonces

Evaluer les résultats

Atelier : Créer une campagne Adwords et des annonces pour son activité

Comprendre les paramètres avancés

Liens vers sites Web

Ajout d'adresse ou de téléphone

Autres informations

Spécificité des campagnes pour téléphone mobile

Utiliser Google Display

Présentation du réseau Display

Principes de fonctionnement des publicités display

Création de campagne Display

Paramétrage spécifique : données démographiques

Sélectionner les emplacements

Méthodologie

Créer des annonces illustrées, vidéos ou graphiques

Présentation des différents formats

Principes de fonctionnement

Les supports

Outil de création d'annonces illustrées

Gestion des formats

Atelier : Créer une annonce illustrée pour son activité et sélectionner les emplacements sur Display

Découvrir les bibliothèques partagées

Définir des mots clefs à exclure

Définir des emplacements à exclure

Utiliser les Outils d'Adwords

Générateurs de mots clefs

Outil de prévisualisation

Opportunités

Autres outils

Appréhender le Remarketing

Principes de fonctionnement

Enjeux

Création d'audience

Introduction de la 2e journée

Rappel des grands principes de fonctionnement

Calcul du quality score et impact sur les enchères

Optimiser son score de qualité

Réseau Search

Réseau Display

Organiser sa campagne Adwords

Structure de campagne et choix des mots clés Ciblage des mots clés

Focus : le ciblage large modifié

Paramètres de campagne

Paramètres d'annonces
Budget partagé
Les extensions de liens annexes Stratégie de marque

Atelier : Créer une campagne Search avec différents ciblages et extensions de liens

Bien comprendre Display

Paramètres d'annonces Display
Les différentes méthodes de ciblage Display
Méthodologie

Découvrir les optimisations avancées

Paramétrer le suivi des conversions
Optimisation des annonces : la balise {Keyword:}
Les optimisations de mots clés
Associer une landing page à un mot clé
Les extensions d'annonces
Les annonces dynamiques (DSA : Dynamic Search Ads)
Règles automatiques
Stratégies d'enchères
Les optimiseurs
Données concurrentes
Focus Google Shopping
Les rapports statistiques Adwords
Liaison Adwords-Analytics

Bien comprendre le Remarketing

Stratégies de remarketing Fonctionnement
Créer une liste remarketing avec Google Analytics

Atelier: Créer une campagne Display utilisant le Remarketing

Google Shopping

Nouveautés

TrueView Instream
TrueView InDisplay
TrueView Insearch
GSP : Gmail Sponsored Promotions

Apprendre à utiliser Adwords Editor

Présentation d'Adwords Editor
Paramétrage
Organisation des campagnes
Création de campagnes et manipulation diverses

Atelier : Création d'une campagne complète dans Adwords Editor

Découvrir Bing Ads

Présentation de Bing Ads
Gestion des campagnes et des annonces
Importation de campagne Adwords

Mettre en oeuvre vos campagnes

Atelier : Création, organisation et conseils pour la création de vos campagnes

Conclusion

Les fonctions pour aller plus loin : quelques mots sur les scripts

Facturation

MCC

Questions/Réponses