Google Adwords

La formation « Google Adwords » vous permettra de créer vos annonces diffusées sur le Web. Le programme est donné à titre indicatif et sera adapté à vos besoins et votre niveau après audit. N'hésitez pas à nous contacter pour toute demande spécifique.

Pré-requis

Aucun

Public concerné

Webmaster, Responsable Marketing, Responsable communication, ….

Durée de la formation

La durée de la formation varie en fonction des besoins et des objectifs déterminés après audit. Les tarifs sont disponibles sur devis.

Contenu de la formation

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

Définir les zones géographiques

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 cibleLister les mots clefs

Créer ses annonces

Evaluer les résultats

Comprendre les paramétrages 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

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

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

Le Remarketing
Stratégies de remarketing

Fonctionnement

Créer une liste remarketing avec Google Analytics

Google Shopping

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

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

Nouveautés

TrueView Instream

TrueView InDisplay

TrueView Insearch

GSP : Gmail Sponsored Promotions

Adwords Editor

Présentation d'Adwords Editor

Paramètrage

Organisation des campagnes

Création de campagnes et manipulation diverses

Bing Ads

Présentation de Bing Ads

Gestion des campagnes et des annonces

Importation de campagne Adwords

Atelier de pratique et Questions / Réponses