

Google Adwords



O bjectif

Communiquer en utilisant les liens sponsorisés. Développer votre taux de conversion. Créer des annonces efficaces.



P ublic / pré-requis

Chefs d'entreprise, webmasters, directeurs marketing, responsables de communication, assistants marketing....
Bonne maîtrise de la navigation Internet. Avoir un compte Google Adwords

D urée

1 jour



P rogramme

- ⚡ Google Adwords
 - ✓ Le SEA
 - ✓ Google Adwords en chiffres
 - ✓ Le marché des liens sponsorisés
 - ✓ Objectifs d'une campagne de liens sponsorisés
 - ✓ Protéger votre marque sur Internet
- ⚡ Interface Google Adwords
 - ✓ Créer un compte
 - ✓ Différence entre réseau de Recherche et réseau de Display
 - ✓ Le système de facturation
 - ✓ Les pièges à éviter
 - ✓ Le tableau de bord
- ⚡ Créer une campagne Adwords
 - ✓ Planning de campagne
 - ✓ Quel budget et quelles enchères ?
 - ✓ Créer des groupes d'annonces
 - ✓ Les formats d'annonces
 - ✓ Comprendre le ciblage par mot-clé
 - ✓ Annonces géolocalisées
 - ✓ Modifier une campagne en cours
- ⚡ Rédiger des annonces efficaces
 - ✓ Recommandations
 - ✓ Les leviers marketing à connaître
 - ✓ Bonnes pratiques
 - ✓ Les outils indispensables
 - ✓ Optimiser ses annonces avec les extensions spécialisées
- ⚡ Les outils Google Adwords
 - ✓ Diagnostic des annonces
 - ✓ Modifications en masse
 - ✓ Segmentation des mots-clés par annonces
 - ✓ Simulations d'enchères
 - ✓ Historique des campagnes
 - ✓ Opportunités de campagne
- ⚡ La conversion
 - ✓ Définir un objectif de conversion
 - ✓ Suivi des conversions Google Adwords
 - ✓ Calculer le retour sur investissement
 - ✓ Identifier les groupes d'annonces les plus performants
 - ✓ Analyser la performance des mots-clés
 - ✓ Les pages de destination