



1

Jours

# Adwords - Lancer et gérer une campagne Google Ads

dans CREATION WEB - REFERENCEMENT / Réf : BUR-WEB-23

## Objectifs de la formation

- Gérer les techniques de référencement payant
- Réussir ses premières campagnes sur Adwords
- Définir une stratégie SEM (Search Engine Marketing) et fixer des objectifs

## Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront préparés à :

### Matin

#### 1. Définir les bases d'Adwords

- Introduction à la publicité sur le réseau
- Comportements des utilisateurs des moteurs de recherche
- Revue des différentes stratégies adaptées aux types de prospects/clients
- Penser la campagne Adwords comme un complément au référencement naturel

#### 2. Employer les bons réflexes lors d'une campagne Adwords

- Connaître le mécanisme d'affichage des annonces sur Google
- Comprendre les notions de taux de clics, coût au clic, score de qualité, conversion
- Inscrire la campagne Adwords dans une démarche plus globale
- Optimiser son site pour les critères Google et créer des pages d'arrivés spécifiques
- Calibrer son budget et calculer les coûts acquisition d'un client

#### 3. Découvrir les outils et leurs utilités

SAS LEXOM

au capital de 25 000,00 €

Siège social : 155 Avenue René Privat - 07000 PRIVAS

N° SIRET : 510 869 274 00066 - RCS Aubenas

Code NAF : 85.59A / N° TVA Intra : FR 74510869274

GROUPE  
LEXOM

LES FILIALES DU GROUPE LEXOM :

LEXOM

someformpro  
formation professionnelle

supipgv  
école supérieure

BIO  
FORMATION

Defis  
TRANSFORME VOTRE MANÈGE DE FORMATION

ALTERCLASS

IRFA

FRANCE CARRIÈRE



- Google Adword Editor
- Google Keyword Planner
- Google Keyword Tool
- Google Analytics
- Google Trends

## Après-midi

### 4. Créer ses mots clés et campagnes

- Trouver les stratégies de campagne possibles
- Définir des objectifs de campagnes (coût, budget/jour, prix du clic, nbr visiteur)
- Définir ses prospects et découper sa stratégie en plusieurs cibles
- Optimisation et ciblage par des critères régions et horaires
- Trouver des mots clés, expressions, synonymes, inclusions et exclusions
- Travailler sur son catalogue de mots clés et gérer les mots clés négatifs
- Découper son catalogue en plusieurs campagnes ciblées

### 5. Créer ses annonces

- Connaître les différents types d'annonces
- Connaître les différentes options de ciblage
- Personnaliser ses annonces pour cibler ses prospects
- Créer des annonces adaptées à ses prospects
- Éviter tous les pièges dans la création des annonces

### 6. Gérer sur le long terme

- Surveiller son positionnement dans l'affichage des annonces
- Organiser une veille concurrentielle et améliorer son score de qualité
- Afficher ses publicités sur le réseau Google Display Network
- Surveiller le comportement des visiteurs adword et les taux de conversion
- Gérer ses campagnes et mots clés pour ne pas être en concurrence avec soi même

## Pré-requis

Être utilisateur d'internet régulier, être à l'aise avec les nouvelles technologies et avoir un compte Google



## Public cible

Webmaster, webmarketer, responsable Marketing, responsable e-commerce, responsable de la communication, responsable Internet, chef de produits

## Pédagogie

### Méthodes pédagogiques

- Exposés interactifs détaillant les principes essentiels
- Exercices progressifs accompagnés (et/ou en autonomie) pouvant être tirés de la pratique professionnelle du stagiaire. Il pourra ainsi tester et voir en situation réelle les savoirs vus.

### Modalités d'évaluation

- L'évaluation est faite au moyen d'un exercice final réalisé en autonomie et reprenant l'ensemble des points abordés ou d'une évaluation tout au long de la formation abordant chacun des points de l'avancement d'un projet.
- Une attestation de formation reprenant l'ensemble des objectifs pédagogiques sera délivrée à chaque participant à l'issue de la formation.

