

Mettre en place une campagne AdWords

5-NO-ADWD

 **1 JOURS (7 HEURES)**

Délai maximum : 2 mois (sauf intra-entreprise ou spécifique sous 4 semaines)

Parcours concourant au développement des compétences. Action de formation réalisée en application des articles L 6313-1 et L 6313-2 du Code du travail.

Si vous êtes en situation de handicap, contactez-nous avant le début de votre formation pour que nous puissions vous orienter efficacement et vous accueillir dans les meilleures conditions.

Objectifs de la formation

- Optimiser vos campagnes de mots clefs pour générer du trafic complémentaire au référencement naturel sur vos sites Web
- Sélectionner vos mots clefs, le prix maximum de vos enchères, Créer leurs annonces associées et optimiser une à une vos campagnes de mots clefs

Contact


Notre centre à **Mérignac**

 14 rue Euler, 33700 Mérignac

 05 57 92 22 00

 contact@afib.fr

Notre centre à **Périgueux**

 371 Boulevard des Saveurs,
24660 COULOUNIEIX
CHAMIERES

 05 64 31 02 15

 06 85 75 05 70

 contact-pcl@afib.fr

Retrouvez + d'infos sur
www.afib.fr



Les Prérequis

- Tout public
- Avoir un site marchand
- Maîtriser l'environnement Internet



Les Modalités

- Formation réalisée en présentiel, à distance ou mixte,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation : QCM, mises en situation, TP, évaluations orales...
- Toutes nos formations peuvent être organisées dans nos locaux ou sur site
- Feuille de présence signée en demi-journée, questionnaires d'évaluation de la satisfaction en fin de stage et 60 jours après, attestation de stage et certificat de réalisation.



Moyens Pédagogiques

- Formateur expert dans le domaine
- Pédagogie participative et active, support de cours remis à chaque participant, vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard
- Feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation, questionnaire de satisfaction, attestation de stage

i Programme détaillé

Programme mis à jour le 21/09/2021

1. Introduction

- Introduction à la formation SEO

2. Présentation

- Qu'est-ce que les liens sponsorisés ?
- Les différents leviers : search et display
- Les différents formats : texte, image, vidéo

3. Plateforme

- Présentation de la plateforme AdWords
- Structure d'un compte AdWords

4. Les mots clés

- Qu'est-ce qu'un mot clé ?
- Qualité du mot clé
- Choix et stratégie des mots clés
- Les enchères

5. Les annonces

- Les annonces textuelles
- Les extensions d'annonces, de lieu, téléphoniques, de liens (ou ad-links), de produits
- Les annonces vidéos et images

6. Les performances

- Définition des objectifs de campagnes
- Organisation des campagnes
- Performances des annonces
- Performances des mots clés

7. Les pages de destinations (Landing pages)

8. Le niveau de qualité

- Généralités sur le niveau de qualité
- Comment repérer le niveau de qualité
- Impact du niveau de qualité

9. Les outils Google AdWords

- Comment évaluer la rentabilité d'une campagne
- Google Adwords et Google Analytics
- Les autres outils de Google AdWords
- Historique des modifications
- Statistiques

10. Démarrer une campagne AdWords

- Création d'un compte google AdWords
- Création d'une nouvelle campagne
- Création d'une autre campagne
- Création d'une campagne, conclusion

11. Google Editor

- Installer et utiliser Google Editor
- Suggestions de mots-clés et exportation
- Conclusion

Les + de la formation

L'examen de certification TOSA (proposé en option) est en français. Il sera passé soit à la fin de la formation, soit ultérieurement dans nos centres de formation. Cet examen de 60 minutes délivrera un diplôme attestant d'un niveau de compétence. Ce cours peut être également animé sur Mac (merci de le préciser à votre conseiller formation).