



# MENER UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE AVEC GOOGLE ADWORD

1 / 2



Soyez acteur de votre parcours de formation et passez à l'action !

## Objectifs

Optimiser la visibilité d'un site web au travers d'une campagne de liens commerciaux sur un moteur de recherche Google.

Générer à court terme un trafic ciblé et de qualité susceptible de transformer le visiteur en consommateur.



**Durée de formation**  
1 jour soit 7 heures



**Prérequis**  
Bien connaître le web en général.



**Niveau / Certification Obtenue**  
Attestation de formation.



**Type de formation / stage**  
Intra/Inter/ Accompagnement individuel

## Méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation

Alternance de théorie et d'exercices de rédaction.

Apprentissage de techniques simples et directement applicables.

Analyse individuelle et collective des pratiques.

## Programme

### 1. Les fondamentaux de Google Adwords

- Comprendre le fonctionnement de Google Adwords et le vocabulaire utilisé
- Comprendre la structure (réseaux, campagnes, annonces...)
- Le mode de fonctionnement : systèmes d'enchères, Quality Score Google...
- Enjeux des liens sponsorisés : rentabilité, problématique de la fraude au clic, droit.
- Les réseaux et formats publicitaires : Google Adwords/ Adsense, Bing...
- Les campagnes universelles : desktop, mobile, tablettes...



# MENER UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE AVEC GOOGLE ADWORD

2 / 2



## 2. Définir sa stratégie de campagne

- Définir ses objectifs : vente, trafic...
- Définir un plan media publicitaire via le réseau Google.
- Choisir sa période de diffusion et son ciblage géographique.
- Budget et stratégie d'enchères.
- Stratégie de complémentarité avec le référencement naturel.

## 3. Créer et mettre en ligne une campagne Adwords

- Paramétrer sa campagne : facturation, budget, ciblage géographique, mode de diffusion.
- Structurer sa campagne.
- Choisir les mots-clés et leur ciblage.
- Déterminer ses enchères.
- Rédiger ses annonces.
- Exploiter les extensions d'annonces : lieu, appel, liens annexes, avis, produits...
- Définir ses landing pages et les optimiser.
- Paramétrer le tracking statistique : Google Analytics, Weborama, Xiti/ATInternet, Ominture...
- Focus sur les campagnes mobiles.

## 4. Optimiser la performance des campagnes Adwords

- Tableaux de bords de suivis.
- Analyse de la performance.
- Lier son compte Google Adwords à Google Analytics.
- Mettre en œuvre des actions correctives.
- Faire vivre sa campagne dans le temps.