

## Les clés d'une campagne Adwords

### Référence DIG010

Choix des mots-clés, rédaction des annonces, ... réussir une campagne de liens sponsorisés sur Google ne s'improvise pas. Cette formation Google Ads fournit les bases pour lancer ses premières campagnes de liens sponsorisés sur Google.

#### Objectifs :

- Réussir ses premières campagnes sur Google Ads.
- Générer du trafic ciblé sur son site Web et mesurer le ROI.

#### Public

Cette formation s'adresse aux responsables marketing et communication, chargés de communication, toute personne souhaitant se familiariser avec Adwords.

#### Pré-requis

Être à l'aise avec un ordinateur et un navigateur web.

## Programme

### UTILISER LES LIENS SPONSORISES

- Enjeux des liens sponsorisés : rentabilité, problématique de la fraude au clic, droit, RGPD.
- Les réseaux et formats publicitaires : Google Ads / Adsense, Bing...
- Les campagnes universelles : desktop, mobile, tablettes...
- Le mode de fonctionnement : systèmes d'enchères, Quality Score Google...
- L'interface Google Ads.
- Les différents types de campagnes : Search, Display, Youtube, Performance max, Shopping, Application.

### DEFINIR SA STRATEGIE DE CAMPAGNE

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

### CREER UNE CAMPAGNE ADS

- Paramétrer sa campagne.
- Choisir les mots-clés et leur ciblage.
- Déterminer ses enchères.
- Rédiger ses annonces.
- Les extensions d'annonces : annexes, appel, formulaire pour prospects, prix, promotion etc.
- Définir ses landing pages et les optimiser.
- Paramétrer le tracking statistique.
- Focus sur les campagnes mobiles.

## **CREER DES CAMPAGNES DISPLAY ET RETARGETING**

- Principes et intérêts des campagnes Display et Retargeting.
- Les campagnes sur Youtube (Trueview instream, in-feed, bumper).
- Les campagnes Display.
- Les campagnes remarketing

## **OPTIMISER LA PERFORMANCE DES CAMPAGNES ADS**

- Tableaux de bords de suivis.
- Analyse de la performance : choix des KPI's.
- Les actions correctives.
- Maîtriser Google Ads Editor.
- Optimiser ses landing pages via le test A/B avec Google Optimize.

## **Organisation et moyens pédagogiques**

- Quizz, tests, méthode participative permettant de mettre en jeux des situations rencontrées par les participants
- Formation conduite en salle pour une durée de 2 jours soit 14 heures
- La formation se déroule dans vos locaux

## **Moyens techniques**

Utilisation de Vidéo Projecteur Test Quizz et vidéo.

## **Moyens d'encadrement**

Formateur spécialiste du digital.

## **Modalités de suivi et d'évaluation**

- Identification des attendus et des compétences à développer en début de formation
- Grilles d'évaluation complétées en début et fin de formation permettant de mesurer les écarts et progrès

## **Documents remis à la fin du stage**

- Support numérique pour les fondamentaux
- Fiche de synthèse et plan élaborés en fin de formation
- Certificat de réalisation

**Durée** : 2 jours soit 14H

**Tarif Inter** : 590,00€ HT par jour soit 1 180,00€ HT \*

**Tarif Intra** : 1 400,00€ HT par jour soit 2 800,00€ HT

- Pauses Café et repas inclus dans nos inter-entreprises.