

Optimisez votre référencement avec Google ADWORDS



PARCOURS PEDAGOGIQUE

Durée **1 jour**
(7 heures)

Objectifs

Connaître et maîtriser les mécanismes du “référencement payant”. Savoir identifier et définir une campagne de “référencement payant”. Savoir mettre en place une campagne Adwords, maîtriser son positionnement et ses paramètres. Savoir gérer une campagne Adwords dans le temps.

Pré-requis

Être utilisateur d'internet
Gérer la communication d'un site.

Public

Responsables marketing ou commercial, responsables de la communication, trafic managers, webmasters en entreprise, en association, en collectivité publique, mais aussi créateurs de sites pour leur propre compte, gérants de boutiques de e-commerce, créateurs d'entreprises ou d'e-entreprises, agences de communication, développeurs de sites web, webdesigners...

Les grands principes de la visibilité sur le web et de Google Adwords

- ▶ Passage en revue des différents supports et moyens pour assurer sa visibilité sur le web.
- ▶ Qu'est-ce qu'une annonce Adwords, comment s'affiche-t-elle et sur quels réseaux ?
- ▶ Les principes de fonctionnement d'Adwords : positionnement, enchères, réseaux et budgets.

L'utilisation de Google Adwords

- ▶ Comment créer un compte, une campagne, un groupe d'annonce, et comment les structurer.
- ▶ Créer des annonces pour composer une campagne, maîtriser les accroches et la pertinence.
- ▶ Définir ses mots clés, les trouver, les exploiter...

Les outils et services connexes et néanmoins indispensables

- ▶ Les aides à la définition de mots clés et les outils pour découvrir les attentes des internautes.
- ▶ Les statistiques indispensables et le retour sur investissement avec Google Analytics.
- ▶ Travailler avec une agence ? Avantages et inconvénients.

Cas pratique : la mise en place de votre projet de référencement payant

- ▶ Définir vos objectifs et associer d'autres vecteurs du web - exemples.
- ▶ Optimiser le site, sa structure, et les “landing pages” - exemples.
- ▶ Structurer la campagne et la planifier dans le temps pour l'optimiser.

Cas pratique : la mise en œuvre de vos campagnes Adwords

- ▶ Rédiger les meilleures annonces - illustrations et exemples.
- ▶ Choisir tous les bons mots clés et pas les autres - exemples.
- ▶ Définir les moyens, les budgets et réseaux puis lancer la campagne - illustrations.

Cas pratique : le suivi précis des campagnes pour gagner davantage encore

- ▶ Analyser les résultats et ajuster la campagne pour l'optimiser continuellement.
- ▶ Analyser les statistiques et les conversions et ajuster la campagne en conséquence.
- ▶ Identifier et jauger tous les autres canaux de visibilité annexes pour promouvoir votre site.

Questions / Réponses

IDEAA

17 rue Lamarck
BP 10755

49007 ANGERS Cedex 01

Tél.: 02.41.05.31.40

Fax.: 02.41.05.31.41

accueil@ideaa.com