

LE RÉFÉRENCIEMENT PAYANT : SEA,, AVEC GOOGLE
ADWORDS_1140

840 € HT (tarif inter) | REF : -WEB412
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Établir une stratégie marketing de présence sur les moteurs de recherche ou SEM (Search Engine Marketing) et découvrir le référencement payant SEA (Search Engine Advertising) et Google AdWords.

PROGRAMME

Publicité et Search Engine Marketing, où en est Google ?

- Etat des lieux du SEM et place hégémonique de Google.
- Le référencement naturel SEO (Search Engine Optimization) : rappel.
- Le référencement payant SEA (Search Engine Advertising).
- Les notions fondamentales de la publicité sur Internet.

Stratégie de référencement

- Définir sa campagne : cibles, enjeux et objectifs .
- Réflexion sur les mots clés : sémantiques et contraintes imposées par Google.
- Les annonces : les règles éditoriales, les différents formats, les accroches à utiliser.
- Augmenter sa visibilité et sa notoriété : Display et réseau de contenus.
- Google AdWords et ses concurrents (Microsoft Bing, Adcenter Facebook).

Google AdWords

- Création d'un compte.
- Techniques pour développer son compte.
- Paramètres de facturation.
- Le découpage : comment « slicer » son compte ? quelle arborescence ?.
- Analyse des rapports : Quality Score (QS) Coût Par Clic (CPC) et unité de mesure des performances.

Travaux pratiques : Travaux pratiques : ouverture d'un compte AdWords adapté au secteur d'activité du participant

Campagnes Google AdWords

- Analyse et déduction, paramétrages des campagnes.
- Apprendre à optimiser sa diffusion de campagne.
- Les bonnes pratiques : comment contrecarrer les paramètres "par défaut" de Google ?.
- Trucs et astuces pour améliorer sa note attribuée par Google.

Travaux pratiques : Travaux pratiques : création d'une campagne AdWord en fonction du secteur d'activité du participant.

Notions sur le ROI des campagnes

- Comment optimiser son trafic.
- Diversifier ses sources de trafic et les comparer.
- Savoir développer sa diffusion et l'alterner.

Les dernières nouveautés Google

- Publicité sur les téléphones mobiles.
- Re-Marketing.
- Chemin de conversion.



2

JOURS

14

HEURES

OBJECTIFS

Comprendre l'interface Google Adwords Savoir mettre en place une campagne de référencement sans perdre d'argent Maîtriser la diffusion des campagnes Maîtriser le ROI (retour sur investissement)

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Webmarketeurs, webmasters, chargés de référencement, responsables e-business, responsables marketing digital, responsables marketing, développeur, responsables informatiques... chefs de projet, trafic managers, consultants, webmasters, Freelance et apprenants en marketing digital

PRÉREQUIS

Une capacité à naviguer sur Internet est nécessaire sinon aucun autre pré-requis est nécessaire. Les apprenants connaissant un peu Analytics et/ou quelques notions techniques, telles que sur le référencement naturel et le HTML iront plus vite que les autres, mais le cours est accessible à tous

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse
MODALITÉS D'ÉVALUATION
Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte