

Optimiser son référencement grâce à Google Adwords

14 heures



Objectifs

- Qu'est que le référencement payant ?
- Mettre en place une tactique SEM
- Définir un budget et ses priorités
- Créer une campagne avec Google Adwords.
- Gérer sa campagne de positionnement et créer du trafic
- Mesurer le ROI.
- Mettre en place des actions correctives

Pré requis

Connaitre les bases du référencement ou avoir suivi le référencement naturel

Public concerné

Tout public en charge de la communication et du référencement

Principes pédagogiques

Méthode interactive
Exercices d'application
(Possibilité d'adapter les exercices à l'entreprise)

Modalités de suivi

Evaluation du niveau atteint après la formation

1 Le référencement payant : Les liens sponsorisés

- Le principe des liens sponsorisés et leurs objectifs (la rentabilité)
- Les problématiques liées à ce type de lien
- Ou créer des liens publicitaires ?
- Quels sont les formats possibles ?
- Comment fonctionne-t-il ? (Quality Score)

2 Mettre en place d'une tactique SEM

- Définir ses objectifs
- Définir ses priorités en matière de trafic, etc
- Définir un budget lié à ce type de référencement et sa stratégie d'enchères
- Réaliser un benchmark
- Etude de ciblage de l'individu, du lieu géographique et de la période
- Définir et mettre en place les indicateurs de performance

3 Mettre en ligne une campagne avec Google Adwords

- Premier pas dans l'interface Google Adwords.
- Paramétrer sa campagne (moyen de diffusion, budget et ciblage).
- Structurer sa campagne (les mots clés)
- Définir ses enchères.
- Rédiger ses communiqués.
- Définir ses landing pages
- Paramétrer le tracking statistique avec Google Analytics

4 le suivi de la campagne

- Etudier les indicateurs de performances (KPI)
- Créer et analyser les tableaux de bords de suivis

5 Mesurer et optimiser ses ROI.

- Mettre en œuvre des actions correctives (ajout/suppression des mots-clés, ajustement des enchères, optimisation des annonces...).