



**BUROSCOPE**  
BOOSTEZ VOS COMPÉTENCES !

# MENER UNE CAMPAGNE GOOGLE ADWORDS

## **Public**

Webmasters, responsables marketing et communication, rédacteurs de contenu.

## **Pré-requis**

Avoir une bonne culture web et des notions de référencement naturel

## **Durée**

1 jour – 7 heures

## **Organisation**

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le groupe afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise de fiches techniques ou support de cours.

Remise d'une attestation de formation.

## **Évaluation**

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

## **Objectifs de formation**

Etre capable de :

- Mettre en place des campagnes de liens sponsorisés efficaces, tant par la maîtrise des outils fournis par Google Adwords que par la compréhension de la stratégie à adopter selon les cibles, produits ou services et budget.

## **Programme**

### Compréhension des campagnes de liens sponsorisés, ou « Pay-Per-Click »

- Composantes fondamentales d'une campagne
- Où trouve-t-on les annonces ?
- Les divers types d'annonces
- Les diverses plateformes
- Comment sont déterminés les affichages ?
- Comment sont calculés les coûts ?

### Préparation d'une campagne

- Choix des mots-clés
- Paramétrage de la campagne
- Création de groupes d'annonces
- Budget et types d'enchères
- Choix des réseaux et appareils d'affichage
- Ciblage géographique

### Préparation du suivi de campagne

- Mise en place du suivi de conversions
- Paramétrage du suivi dans Google Analytics
- Rédaction optimisée des annonces

### Préparation de pages cibles efficaces

- Comprendre les pages cibles, ou pages d'atterrissage (« landing pages »)
- Création des formulaires
- Les éléments à inclure systématiquement
- Les éléments d'action
- Tests de différentes versions
- Lancement, analyse et optimisation de la campagne
- Evaluer le taux de clics
- Ajuster les groupes d'annonces et mots-clés
- Ajouter des mots-clés
- Ajuster le budget
- Créer des rapports exploitables
- Améliorer le taux de clic et le taux de conversion



4 rue de Bray – ZI Sud-Est – 35510 Cesson-Sévigné - Tél. : 02.99.22.84.84 – Fax : 02.99.22.84.80  
e-mail : rennes@buroscope.fr – www.buroscope.fr – S.A.S au capital de 83 200 € - RCS Rennes B331 267 765  
SIRET 331 267 765 000 47 – Code NAF 8559A - N° déclaration d'activité : 533 501 708 35