

# ART ACCOMPAGNEMENT

## Google Adwords niveau intermédiaire / avancé

**Durée formation : 3 jours**

**Objectifs :** Connaître les principales techniques webmarketing, appréhender le vocabulaire et se familiariser avec les fonctionnalités de la régie publicitaire Google afin de développer le business.

**Public :** Toute personne chargée de communication ou d'une direction ou travaillant pour une agence de communication

**Prérequis :** Être à l'aise avec la navigation Internet et l'utilisation des principaux réseaux sociaux.

### Programme

#### 1. *WebMarketing, définition, approche, cible et stratégie*

- Définition du webmarketing dans la sphère du marketing digital
- Définissez et identifiez vos cibles
  - Portrait-robot de votre cible idéale
- Différence entre comportement clients en ligne et hors ligne

#### 2. *Elaborer une stratégie de contenu web*

- Planifier la stratégie commerciale sur le Web et les priorités d'action de communication

#### 3. *Le référencement et les techniques d'optimisation*

- Principaux moteurs, caractéristiques et principes de fonctionnement
- SEM : Search Engine Marketing ou regroupement de techniques marketing (SEO+SEA)
  - Le SEO : Search Engine Optimization ou référencement naturel
    - L'organisation des pages
  - Faites-vous remarquer grâce aux annonces sur les moteurs de recherche
  - Le SEA : Search Engine Advertising ou référencement payant
    - Introduction aux liens sponsorisés

#### 4. *Découvrir Google AdWords*

- Définir l'écosystème Google Adwords
  - Aborder la notion de levier
  - Explorer les résultats sponsorisés classiques dans Google
  - Examiner les résultats sponsorisés spécifiques dans Google
  - Étudier les résultats sponsorisés dans Google Hotel Ads
  - Voir les résultats sponsorisés dans les sites web partenaires
- Bâtir une stratégie Google AdWords
  - Établir une feuille de route stratégique
  - Définir un plan marketing
  - Évaluer le budget
  - Comprendre le plan sémantique
  - Poser les conversions
  - Dresser la feuille de route stratégique globale
- Gérer un compte Google AdWords
  - Comprendre le rôle du didacticiel
  - Découvrir l'administration d'un compte
  - Gérer la facturation et l'accès utilisateur
  - Gérer le tableau de bord
- Paramétrer une campagne Google AdWords
  - Naviguer dans les campagnes

- Choisir un type de campagne
- Comprendre les types de campagne
- Paramétrer selon ses besoins
- Découvrir les partenaires du réseau de recherche
- Géolocaliser son action
- Paramétrer les langues
- Comprendre le principe des stratégies d'enchère
- Budgétiser une campagne
- Renseigner et étendre l'information dynamique
- Découvrir les campagnes dans Google
  - Définir les types de campagne
  - Enrichir à l'aide de mots-clés
  - Utiliser le planificateur de mots-clés
  - Créer des groupes d'annonces
  - Créer des annonces
  - Maîtriser les impressions d'annonce
  - Cibler l'hyperlocalité
  - Créer une campagne dynamique dans Google
  - Découvrir Google Shopping
- Assurer sa notoriété avec les campagnes Display
  - Comprendre le Réseau Display de Google
  - Acheter des bannières Display
  - Définir les acteurs de l'achat de bannières publicitaires
  - Découvrir Google Display Network
  - Comprendre les objectifs d'une campagne Display
  - Découvrir les formats des bannières Display
  - Créer des annonces
  - Cibler et gérer les enchères avec Google Display Network
  - Utiliser YouTube pour ses vidéos
  - Gérer une campagne pour les applications mobiles
- Auditer, analyser et optimiser
  - Construire des rapports personnalisés
  - Comprendre les types de rapport personnalisés
  - Établir un rapport d'historique
  - Établir un rapport d'engagement
  - Créer un rapport personnalisé avec Gmail
  - Personnaliser un rapport à l'aide de vidéos
  - Créer un rapport personnalisé avec une part de voix
  - Piloter une campagne avec un retour sur investissement
  - Optimiser à l'aide de mots-clés
  - Observer les termes de recherche
  - Définir le rôle de chaque mot-clé
  - Comprendre les correspondances
  - Exclure les mots-clés inutiles
  - Examiner les rapports AdWords variables
- Conclure sur Google AdWords