

Google est le moteur de recherche le plus utilisé au monde pour s'informer mais également chercher des produits & services. Être présent et visible sur ce moteur de recherche est crucial pour toute entreprise.

L'avantage des campagnes publicitaires est que votre présence en haut du moteur de recherche est instantanée, mais peut vous coûter très cher si vous ne faites pas les bons réglages ou si vous ne choisissez pas les bons mots-clés.

L'objectif de cette formation est d'apprendre à mettre en place des campagnes **Google Adwords performantes, principalement en Search**, en partant de la définition des mots clés pertinents pour une activité donnée, en passant par le paramétrage de la campagne Adwords jusqu'au suivi de performances et la lecture des résultats de celle-ci.

Objectifs.

- Comprendre les différents types de campagnes.
- Connaître les différences entre les objectifs publicitaires proposés par Google Ads.
- Maîtriser l'interface Google Adwords et le type d'enchères.
- Vérifier le tracking de vos campagnes entre Google et votre site web.
- Mesurer les performances.
- Optimiser vos campagnes.



Publics.

- Responsable Webmarketing ou chargé de communication
- Responsable acquisition
- Tout salarié en entreprise

Durée.

½ journée soit 3h30.
Horaires à convenir ensemble.

Participants.

10 max.

Pré-requis.

Formation ouverte à tous sans condition de diplôme.
Disposer d'un compte Adwords alimenté avec un budget de départ (100 à 200 euros) peut être un plus.

Plan de formation .

L'analyse

- Définir les objectifs de la campagne
- Rechercher les expressions clés pertinents
- Les différents types de correspondances des mots (« », [])
- Exclure des mots clés

Ouverture de la campagne Adwords

- Structure d'un compte AdWords
- Les paramètres à considérer
- Procédure de configuration du compte
- Ciblage linguistique et géographique

Les réseaux

- Search
- Shopping
- Google Display
- Youtube

Budget

- Définition du budget et du temps
- Règles budgétaires

Les annonces

- Les différents type d'annonce (textuelles, illustrées)
- Le Quality Score de Google
- Rédiger les annonces
- Identifier et préparer les pages liées

Performances des campagnes

- Amélioration d'un faible niveau de qualité
- Augmentation du trafic ou du nombre de clics

Ajustement du CPC, Suivi de la campagne

- Rapports personnalisés
- Suivi dans Google Analytics

Méthodes & modalités pédagogiques.

- Apports théoriques et méthodologiques
- Mises en situation
- Échanges d'expérience

Modalités d'évaluation.

- **Avant la formation** : évaluation des besoins effectuée sous forme d'un échange avec le Responsable pédagogique.
- **Pendant** : des mises en situation sont proposées au(x) participant(s) afin de tester leur apprentissage.
- **Après** : un questionnaire est à renseigner afin de connaître votre niveau de satisfaction.

Suivi.

A tout moment, votre formateur/rice est disponible aux horaires d'ouverture de l'organisme de formation ou par mail : formation@addictic.fr.

Moyens.

Un ordinateur et une connexion internet.

Dates & Lieux.

Présentiel dans votre entreprise ou distanciel.

Contactez-nous pour connaître les prochaines dates.

Délai d'accès.

Prévoyez un mois.

Tarif et financement.

850€HT

Contactez-nous pour connaître les modalités de prise en charge éventuelle.

Accessibilité.

Formation accessible aux personnes à mobilité réduite. Pour toute autre situation de handicap contactez notre service formation.

Votre formateur.

Tom BOEUF // Webmarketeur

< Depuis février 2024 > Webmarketeur, Addictic

- Webmastering sur WordPress et Contao.
- Conseil webmarketing et stratégie e-commerce.
- Publicités sur Google Ads et les réseaux sociaux.
- Suivi et analyse de données : Tag Manager, Analytics, SEMrush, Pixel Facebook, Search Console et Data Studio.
- Formations intégration WordPress et Contao, LinkedIn, Facebook, Google Ads, écriture pour le web, etc.

< Janv. - Nov. 2023 > Chef de projet Brand Content, U'wine

- Création de contenus éditoriaux pour alimenter le nouveau site e-commerce en cohérence avec la plateforme de marque
- Optimisation du référencement naturel du site internet et rédaction de contenus SEO.
- Conception des communications : rédaction et graphisme
- Conception de campagnes emailing : rédaction, graphisme, ciblage et envoi.

< Sept. 2021 - Déc. 2022 > Chargé de marketing digital



Formations et diplômes :

• **Master Manager de Projet Digital**
(Bordeaux YNOV Campus : 2021 - 2023)

• **Licence professionnelle Métiers du Numérique - UX2i**
(Université de Tours : 2020 - 2021)

• **DUT Métiers du Multimédia et de l'Internet - MMI**
(Université de Tours : 2018 - 2020)