

## POUR RÉUSSIR SES PREMIÈRES CAMPAGNES

### FORMATIONS CONNEXES :

- Google Analytics
- Référencement naturel



### OBJECTIFS

Définir une stratégie et fixer des objectifs. Lancer et gérer une campagne de positionnement publicitaire sur les moteurs de recherche. Générer du trafic ciblé sur son site Web et mesurer le ROI.

### POUR QUI ?

Dirigeants de TPE et travailleurs indépendants, webmaster, toute personne disposant d'un site Internet souhaitant mieux le faire référencer auprès des moteurs de recherche.

### PRÉ-REQUIS

Maniement de base de l'outil informatique. Disposer d'un site internet en ligne et les accès pour le modifier.

### DURÉE

2 journée de 7 heures

### ENVIRONNEMENT

PC (Windows) ou MAC (IOS)

### LES PLUS / MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Formateur lui-même en charge de l'analyse du trafic de sites internet au sein d'une agence web. Formation opérationnelle, vous exploiterez directement les techniques de mesure d'audience.

**TARIF EN INTER**  
1000 € HT  
(500 € HT / Jour)

**TARIF EN INTRA**  
Sur devis

### RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE



#### Sébastien MARGUIN

Ingénieur de formation. Enseignant en BTS. 23 ans d'expérience

04 86 80 41 99

contact@gest-com.fr / www.gest-com.fr

## PROGRAMME

#### Introduction

- Le principe et l'intérêt des liens sponsorisés.
- Enjeux des liens sponsorisés (rentabilité, problématique de la fraude au clic).
- Les réseaux et formats publicitaires (Google Adwords/ Adsense, Bing...).
- Le mode de fonctionnement (systèmes d'enchères, Quality Score Google...).
- Comprendre l'interface Google Adwords.

#### Définir sa stratégie de campagne

- Définir ses objectifs (vente, trafic...).
- Stratégie de complémentarité avec le référencement naturel.
- Choisir sa période de diffusion et son ciblage géographique.
- Déterminer son budget et sa stratégie d'enchères.
- Définir ses indicateurs clés de performance (KPI).

#### Créer et mettre en ligne une campagne Adwords

- Paramétrer sa campagne (facturation, budget, ciblage géographique, mode de diffusion).
- Structurer sa campagne.
- Choisir les mots-clés et leur ciblage.
- Déterminer ses enchères.
- Rédiger ses annonces.
- Exploiter les extensions d'annonces (lieu, appel, liens annexes, avis, produits...).
- Définir ses landing pages et les optimiser.
- Paramétrer le tracking statistique avec Google Analytics .

#### Optimiser la performance de la campagne Adwords

- Créer des tableaux de bords de suivis.
- Savoir analyser la performance de la campagne
- Mettre en œuvre des actions correctives.
- Savoir faire vivre sa campagne dans le temps.



Formation accessible



Délai d'accessibilité : 3 semaines



Possible à distance

### INTERVENANT

#### Lionel ROBIN



Plus de 20 ans d'expérience dans l'informatique et le digital, gérant d'une agence web depuis 2001. Intervenant à la CMA de l'Ain, à l'OMGA de Mâcon.