

# FORMATION RÉFÉRENCIEMENT PAYANT : E-PUBLICITÉ ET GOOGLE ADWORDS

Le référencement payant aussi appelé SEA (Search Engine Advertising) correspond à l'ensemble des actions payantes dont le but est d'augmenter rapidement le trafic et les conversions de votre site internet. Le plus connu de ces leviers n'est autre que la régie publicitaire de Google : Google AdWords. Il est aussi possible de faire de la publicité en ligne grâce aux réseaux sociaux, par exemple avec l'outil Facebook Ads. Certaines techniques et bonnes pratiques vous feront gagner du temps dans leur gestion tout en vous permettant de mieux suivre votre rentabilité.

## OBJECTIFS

- Comprendre le fonctionnement des grandes régies publicitaires du web.
- Savoir comment utiliser Google AdWords dans une stratégie webmarketing.
- Acquérir la méthodologie nécessaire pour créer une campagne de liens sponsorisés.
- Suivre les performances de ses campagnes et les administrer en conséquence.
- Optimiser une campagne existante.

## PROGRAMME JOUR 1

### Le référencement payant et Google Adwords

- Les principes de la plateforme
- Son fonctionnement
- Créer son compte
- Les différents types d'annonce Adwords

### La campagne search

- Création de la campagne et paramétrages
- Choix des mots clefs
- Choix du ciblage
- Comment rédiger son annonce search ?
- Optimiser et améliorer sa campagne
- Les fonctionnalités en plus

### Mettre en place votre stratégie publicitaire

- Définir vos objectifs
- Quels sont les paramètres de ciblage ?
- Architecture du compte AdWords
- Structurer les campagnes publicitaires

### La campagne display

- Les différents formats et contraintes
- Comment mettre en place une campagne display ?
- Création, paramétrages, suivi et optimisation des campagnes display

## INFORMATIONS PRATIQUES

### Nombre d'heures de formation

- 14 heures

### Type de Formation

- Présentielle

### Public

- Gérant d'entreprise
- Responsable communication
- Chargé(e) de communication
- Responsable marketing
- Chargé(e) de marketing
- Freelance
- Trafic manager

### Pré-requis

- Avoir de bonnes connaissances sur le web et sur le marketing digital
- Gérer un site web ou une activité de e-commerce.

## MÉTHODES DE VALIDATION

- Evaluation à chaud et à froid des acquis.
- Attestation de présence.

# FORMATION RÉFÉRENCIEMENT PAYANT : E-PUBLICITÉ ET GOOGLE ADWORDS



## PROGRAMME JOUR 2

### La campagne shopping

- Créer une campagne shopping
- Google merchant center : quelle est son utilité ?

### Le remarketing

- Comment le mettre en place ?
- Quel message adresser à cette cible ?

### D'autres formes de publicité

- La publicité sur YouTube
- La publicité sur LinkedIn

### Le tracking de vos campagnes

- Lier le compte AdWords et le compte Analytics
- Initiation à GTM
- Suivi des campagnes et analyse

### La publicité sur Facebook et Instagram

- Comment créer une campagne Facebook ou Instagram ads ?
- Suivre la campagne et ses retombées ?

## QUI SONT NOS FORMATEURS ?

Nos formateurs en référencement payant sont des trafics manager ou experts SEA qui travaillent sur des cas concrets clients. Ils conçoivent des stratégies sur Google AdWords ou sur les autres régies publicitaires en accord avec la stratégie web globale de l'entreprise.

## QUEL EST L'INTÉRÊT DE SE FORMER AUX RÉSEAUX SOCIAUX ?

Malgré leurs apparentes facilités d'utilisation, Google AdWords et les autres régies publicitaires du web sont bien plus compliqués à utiliser correctement qu'il n'y paraît. Notre formation va vous donner les clefs de compréhension et les bonnes pratiques pour utiliser ses leviers sans dilapider votre budget et votre temps.

Vous serez alors apte à monter vos premières campagnes ou à piloter un prestataire dédié à ce projet. Vous pourrez aussi mieux intégrer ce levier webmarketing au reste de votre stratégie digitale et le faire évoluer dans le temps pour répondre à vos objectifs.