



## GOOGLE ADS

**Objectifs :** Qu'est que le référencement payant ? Mettre en place une tactique SEM. Définir un budget et ses priorités. Créer une campagne avec Google Ads. Gérer sa campagne de positionnement et créer du trafic. Mesurer le ROI

**Durée :**  
14 heures

**Public & Pré-requis :**

Tout public  
Maîtrise de l'informatique

**Modalités pédagogiques :**

Méthode interactive.  
Exercices d'application

**Modalités de suivi :**

Attestation de fin de Formation.  
Evaluation de fin de formation par le formateur

**Profil formateur :**

2 à 3 ans d'expérience mini dans le domaine. Et professionnels en poste dans le domaine enseigné

### 1. Le référencement payant : les liens sponsorisés

- Le principe des liens sponsorisés et leurs objectifs (la rentabilité)
- Les problématiques liées à ce type de lien
- Ou créer des liens publicitaires ?
- Quels sont les formats possibles ?
- Comment fonctionne-t-il ? (Quality Score)

### 2. Mettre en place d'une tactique SEM

- Définir ses objectifs
- Définir ses priorités en matière de trafic, etc
- Définir un budget lié à ce type de référencement et sa stratégie d'enchères
- Réaliser un benchmark
- Etude de ciblage de l'individu, du lieu géographique et de la période
- Définir et mettre en place les indicateurs de performance

### 3. Mettre en place une campagne avec Google Ads

- Premier pas dans l'interface Google Ads
- Paramétrer sa campagne (moyen de diffusion, budget et ciblage)
- Structurer sa campagne (les mots clés)
- Définir ses enchères
- Rédiger ses communiqués
- Définir ses landing pages
- Paramétrer le tracking statistique avec Google Analytics

### 4. Le suivi de la campagne

- Etudier les indicateurs de performances (KPI)
- Créer et analyser les tableaux de bords de suivis

### 5. Mesurer et optimiser ses ROI

- Mettre en œuvre des actions correctives (ajout/suppression des mots-clés, ajustement des enchères, optimisation des annonces)