

Contexte

Adwords, Qu'est ce que c'est ?

Contraction de 2 mots: "ad" ou "advertisement" (publicité) plus "words" (les mots): Adwords est la régie de publicité de google. Elle permet de lancer et gérer des campagnes de publicité.

Adwords , peut être rapidement très efficace, particulièrement ciblé, avec des coûts relativement faibles (A partir d'un Euro par jour).

Mais surtout, Adwords donne aux petites et moyennes entreprises les mêmes moyens marketing qu'aux gros annonceurs.

La création de publicité sur adwords se fait en ligne.

Exemple

Supposons, vous êtes plombier dans une petite ville à Mazamet.

- Vous rédigez une annonce:

[Plombier](#)
Dépannage immédiat
Mazamet
www.plombier-de-mazamet.fr

- Vous précisez dans quelle condition cette annonce sera "affichée": Par exemple sur des requêtes du moteur de recherche provenant de Mazamet et comportant comme mot clé "plombier" et "dépannage".
- Vous précisez le prix maximum que vous voulez y mettre . (exemple: 0,10 Euros par clic) et votre budget maximum (2 euros par jours). Cela vous fait 20 visites par jour sur votre site. (Ou bien cela ne vous coûte rien.), par des gens habitant Mazamet, et recherchant un plombier. Cela devrait générer plusieurs appels de gens recherchant un plombier pour un dépannage, et donc plusieurs missions de dépannage.

Objectifs

L'objectif de cette formation est de permettre aux auditeurs de devenir autonomes avec les outils adwords, et de pouvoir à l'issue du stage lancer une campagne de publicité ciblée et performante.

Pour cela, la formation est illustrée par de nombreux exemples pratiques et études de cas.

Participants :

Cette formation s'adresse aux responsables commerciaux de petites entreprises ou de très petites entreprises, désirant pouvoir utiliser adwords pour lancer des campagnes de publicité.

1. Responsables de PME,
2. Responsables commerciaux
3. Consultants marketing

Programme:

Introduction

Présentation de la publicité en ligne.
google et ses concurrents (Yahoo)

Les principes:

CPC Coûts par click

Optimiser le ciblage des liens commerciaux :

Optimiser le ciblage géographique
Choix des mots clés

Ciblage par site
Ciblage temporel

Rédiger ses annonces :

Optimiser ses annonces à l'aide des techniques rédactionnelles
Rédaction des annonces et taux de transformation final
Regarder les annonces concurrentes.

Fixer ses enchères

Les méthodes et facteurs de fixation des enchères
Simulations

Le travail sur la landing page

Les principes d'optimisation

L'analyse des résultats de campagne

Utilisation des rapports
Mesure de la rentabilité des campagnes.