

The e-Commerce Academy
28 bd Poissonnière
75009 Paris
T. +33 (0) 1 45 63 19 89
contact@ecommerce-academy.fr
<http://www.ecommerce-academy.fr/>

Formation e-Commerce : **Google Adwords**

Il ne suffit pas d'être présent sur le Web pour vendre... Générer du trafic qualifié vers votre site e-Commerce est complexe et coûteux. Néanmoins, vous pouvez capitaliser sur la création d'un premier flux de visiteurs et obtenir une conversion acceptable. Même en débutant ! Cependant, il faut le bon outil et avoir une bonne maîtrise de celui-ci...

Une journée complète pour apprendre l'essentiel de Google Adwords

Description

Vous avez investi dans un projet et votre site e-Commerce est désormais en ligne ou en passe de l'être. Félicitations ! Mais le trafic vers votre site Internet et l'acquisition de vos (premiers) visiteurs ne se fera pas par magie. Au début, vous ne pourrez pas compter sur le référencement naturel (gratuit) car cela demande du temps. Afin d'amorcer votre visibilité sur le Web et d'engager un processus vertueux il vous faudra en passer notamment par le référencement payant. Ne nous leurrions pas : Google trust près de 90% du marché de la recherche. Google Adwords est donc de facto un outil incontournable.

Alors rejoignez-nous pour une formation d'une journée complète sur Google Adwords !

Objectifs

Maîtriser l'interface de Google Adwords et ses fonctionnalités
Apprendre à créer et gérer vos campagnes de publicité
Structurer vos campagnes & groupes d'annonces, définir et optimiser leur budget
Rédiger des annonces percutantes tout en respectant les contraintes d'Adwords
Analyser vos coûts et conversions pour optimiser votre retour sur investissement et dépenser utile

Prérequis

Connaissances sommaires de l'environnement Web
Avoir suivi au-préalable la formation « Webmarketing : les fondamentaux » est un +

Profils

Responsables (web)marketing, e-Commerçants, professionnels du web, étudiants

À l'issue de la formation

Une assistance professionnelle d'une durée de deux heures est assurée par les experts de l'Academy dans les six mois suivant la formation.

Plan de formation

Jour 1

Introduction à Google Adwords

- Analyse d'une page type de résultats de recherche (ou SERP pour Search Engine Results Page)
 - Les différentes formes de liens sponsorisés seront étudiées
- Qu'est-ce que m'apporte Google Adwords ?
 - Nous découvrirons que GA est un outil qui peut vous apporter la complète maîtrise de votre retour sur investissement s'il est bien exploité
- Quoi de neuf sur Google Adwords ?
 - Nous verrons ensemble les dernières fonctionnalités ajoutées par Google sur son outil lors des six derniers mois
- Le marché du SEA
 - Nous ferons un tour d'horizon de la concurrence sur le marché des liens sponsorisés : Bing, Yahoo, etc

Les bases de Google Adwords

- Notions de base de Adwords : mot-clé, annonce et page de destination
- Système d'enchères de Adwords
 - Ce point sera l'occasion d'aborder certaines subtilités de la mécanique du système d'enchères de Adwords : ce n'est pas celui qui paye le plus qui aura forcément son annonce la mieux placée !
- Quality Score : principe & calcul
- Optimisation du Quality Score
 - Le QS est un des éléments fondamentaux pour le calcul de votre position. Nous verrons ce qui l'impact positivement ou négativement
- La position dans les SERP : où et comment ?
- Vocabulaire de Adwords : affichages, clics, CPC, CPA, CTR, Taux de conversion

Création d'un compte sous Adwords

- création de votre compte
- configuration de votre compte
 - facturation, fuseau horaire, devis

Création d'une campagne et de groupes d'annonces sous Adwords

- Arborescence des campagnes : campagne/groupes d'annonces/annonces

- Configuration d'une campagne
- Définir son budget
- Zones géographique
 - Vous pouvez toucher le monde entier avec Adwords ou alors vous limiter à une localité précise : mais plus votre zone sera étendue, et plus vos coûts vont s'envoler. Un choix qui doit être payant !
- Appareils
 - Vous pouvez diffuser vos annonces sur les ordinateurs, ou les mobiles, ou les 2. Nous verrons que parfois il est intéressant de préférer l'un ou l'autre.
- Réseaux
 - Découvrez tous les réseaux auxquels vous donne accès Adwords : recherche, display, shopping...
- Calendrier de diffusion
- Options avancées
- Modifier le budget en fonction de certains critères

Création d'annonces commerciales sous Adwords

- comment rédige-t-on une annonce sous Adwords ?
- définir et optimiser sa page de destination
- les contraintes imposées par Adwords : nombre de caractères et propriété intellectuelle
- la balise {Keywords}
- annonces mobiles & annonces textuelles
- les extensions d'annonce (lieu, téléphone, avis, liens annexes, photo produit,...)
- modifier une annonce : comment ? pourquoi ? quelles conséquences ?

Les mot-clés dans Adwords

- choisir ses mots-clés
- les options de correspondance des mots-clés : requête large, expression exacte, mot-clé exact
- l'exclusion de mots-clés (mots-clés négatifs)
- les différentes modalités de ciblage
- astuces pratiques
 - Exemples : comment mieux optimiser votre budget, connaître les concurrents enchérissant sur les mêmes mots-clés que vous, connaître les mots-clés réellement utilisés par vos visiteurs...

La mesure du ROI

- Installer son tracker de conversion
 - Nous verrons comment installer votre tracker de conversion sur les principales plateformes e-Commerce du marché, ainsi que la notion de plan de marquage/taggage
- Mesurer son ratio coût/conversion

L'optimisation du compte Google Adwords

- Apprendre à définir ses objectifs : Visibilité, Trafic ou Ventes
- Etablir des rapports de suivis (taux d'affichage, analyse des enchères...)
- Optimiser vos campagnes/annonces/mots-clés en fonction de votre conversion
- Google Adwords Editor
 - Ce logiciel édité par Google va vous permettre de travailler sur vos campagnes à tout moment et en tout lieu, gagnant ainsi un temps considérable, + quelques petites fonctionnalités indisponibles dans l'interface web

- A/B testing
 - Vous apprendrez à effectuer très simplement des tests A/B sur le rédactionnel de vos annonces, vos extensions d'annonces et vos pages de destination, mais aussi à surveiller les tests de vos concurrents

Monitorer ses performances Adwords à travers Google Analytics

- Lier votre compte Google Adwords et votre compte Google Analytics
- Savoir isoler le trafic Adwords dans Analytics afin de mieux l'analyser

+ de Google Adwords ?

- Display
- Google Shopping
- Retargeting

L'Academy s'engage

Centre de formations e-Commerce de référence

Centre de formations e-Commerce de référence, l'Academy s'engage à proposer des formations e-Commerce garantissant le meilleur retour sur investissement possible. Une méthodologie de travail rigoureuse, une constante adaptation à la réalité des projets, un investissement communautaire constant, garantit un haut niveau d'expertise en formation, conseil et audit.

Professionnalisme et expertise

Certifiés et reconnus par les éditeurs et fortement investis dans la Communauté Francophone, les experts de l'Academy sont en mesure de garantir un niveau d'expertise sans équivalent. Cette expertise, combinée à leurs valeurs de rigueur et d'exigence, est transmise sans aucune rétention d'information dans le cadre des formations. Ainsi, les stagiaires bénéficient des conseils issus des différentes expériences des experts formateurs.

Retour sur investissement

Grâce à des formations adaptées, complètes et en phase avec la réalité des projets e-Commerce, l'Academy est en mesure de garantir un retour sur investissement rapide : une semaine de formation permet ainsi d'économiser 3 à 4 mois d'apprentissage autodidacte. Le support de formation, riche et complété des conseils avisés des experts de l'Academy, permet de retrouver par écrit les points travaillés pendant la formation. De plus, toutes les formations sont accompagnées de deux heures d'assistance professionnelle, dans les six mois suivant la formation.

Approche sur-mesure

Dès votre premier contact avec l'Academy, un expert e-Commerce analyse vos besoins et détermine avec vous la meilleure réponse à y apporter. Une offre de formation riche et adaptée aux besoins de chacun nous permet de communiquer des propositions de formations toujours strictement guidées par les besoins et adaptées à ceux-ci. De plus, les dernières journées des formations dispensées sont dédiées à un travail en détail sur des sujets concrets au choix du stagiaire. Cette approche sur-mesure garantit l'acquisition de connaissances spécifiques tout en ayant parfaitement assimilé l'ensemble des connaissances préalables.

Indépendance et transparence

Centre de formation uniquement, l'Academy n'a aucunement vocation à réaliser des prestations de développement ou d'intégration. L'Academy s'engage donc sur un principe de non-concurrence, et garantit la confidentialité des informations stratégiques qui lui sont communiquées. Centre e-Commerce de référence, l'indépendance de l'Academy vis-à-vis des éditeurs garantit des formations, du conseil et des audits transparents, sans complaisance.