

Référence	CréaSite3
Durée	7 heures (1 jour)
Pédagogie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alternance théorie / pratique</li> <li>- Applications à des cas concrets</li> <li>- Mise en situation</li> <li>- Questions / réponses sur les thèmes abordés</li> <li>- Temps d'échange</li> </ul>
Public Visé	Chefs d'entreprise, responsables communication, chargés de communication, créateurs de site, de vitrines ou de boutiques en ligne.
Animateur / Formateur	Aurélian BELLOU-BOUSSELAIRE
Prérequis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtrise de Windows ou de MacOS</li> <li>- Maîtrise du navigateur Internet</li> <li>- Connaissances de base en recherche Internet</li> </ul>
Lieu	Dans nos locaux ou sur site

## 1 Objectifs / Finalités

- Maîtriser son image sur Internet
- Maîtriser sa visibilité sur Internet
- Comprendre le référencement naturel
- Utiliser Google Adwords et Bing pour améliorer sa visibilité et ses performances sur Internet
- Connaître et utiliser les outils d'analyse du trafic sur son site Internet

## 2 Thématiques

### **Séquence 1 : Maîtriser son image Internet**

- Les noms de domaine
- Vérifier ce que l'on a le droit ou non de réaliser
- Utiliser les outils Google for Business et Bing Business

- Eviter les risques de confusions avec d'autres sites
- Les erreurs à éviter

## **Séquence 2 : Maîtriser sa visibilité sur Internet**

- Optimiser sa présence sur Google Maps et Bing maps et outils s'y référant (GPS connectés, ... )
- Utiliser les outils d'analyse de visites et de pages (Google Analytics, ... )
- Réduire les visites inutiles, le taux de rebond et augmenter la qualité des visites.
- Quand et pourquoi choisir d'acheter du mot clé ou d'éviter ?
- Faut-il acheter des noms de domaine supplémentaires ?

## **Séquence 3 : Les fondamentaux de Google Adwords**

- Campagnes search et campagnes display
- Créer des listes de mots clés pertinents
- Cibler les annonces
- Rédiger des annonces Adwords
- Créer et modifier des stratégies d'enchères
- Les erreurs à éviter

## **Séquence 4 : Les fondamentaux du réseau publicitaire Bing**

- Campagnes search
- Créer des listes de mots clés pertinents
- Cibler les annonces
- Les erreurs à éviter

## **Séquence 5 : Le réseau Google**

- Les astuces gratuites pour améliorer sa visibilité
- Créer une campagne
- Effectuer le suivi de campagne et le suivi des conversions
- Créer des annonces illustrées
- Créer des groupes d'annonces

## **Séquence 6 : Optimiser Adwords et Bing**

- Maîtriser les coûts
- Maîtriser les interfaces de backoffice et décrypter les informations présentes
- A quoi correspondent les taux de conversions, les impressions, le CTR, le CPC moyen ?

## **Séquence 7 : Les outils d'analyse du trafic**

- Sélectionner des outils pertinents
- Dans quel cas utiliser un outil externe à ceux proposés par les régies ?
- Comment intégrer un outil d'analyse du trafic dans un CMS ?
- Utiliser et analyser les informations présentes pour améliorer sa visibilité et les retours sans augmenter les coûts.

## 3 Evaluations

- Evaluations pratiques après chaque séquence avec si besoin reprise des savoir-faire non acquis
- Evaluation pratique en situation en fin de stage