

☒ Sommaire Pertinent du Livre – Édition 2016

1. Comprendre Google AdWords

- Objectifs de Google Ads
- Fonctionnement général du système d'enchères
- Présentation du programme de certification Google

2. Création d'un compte et structure

- Création d'un compte Google Ads
- Structure du compte : Campagnes, groupes d'annonces, annonces, mots-clés
- Notions de budget et enchères

3. Campagnes sur le Réseau de Recherche

- Ciblage géographique et linguistique
- Planification des annonces (jours/horaires)
- Utilisation des mots-clés et types de correspondance
- Rédaction efficace des annonces textuelles
- Extensions d'annonces

4. Campagnes sur le Réseau Display

- Différences entre le Réseau de Recherche et Display
- Formats d'annonces disponibles
- Ciblage contextuel, comportemental, par emplacement
- Bonnes pratiques pour les bannières et annonces illustrées

5. Système d'enchères et Quality Score

- Définition du niveau de qualité (Quality Score)
- Facteurs qui influencent : taux de clic, pertinence, page de destination
- Stratégies d'enchères manuelles et automatiques

6. Suivi des conversions et analyse

- Mise en place du suivi des conversions
- Lien avec Google Analytics
- Analyse des performances : CTR, CPC, CPA, taux de conversion
- Rapports personnalisés et tableaux de bord

7. Optimisation des campagnes

- Test A/B des annonces
- Ajustement des enchères selon le type d'appareil ou l'audience
- Amélioration du taux de clic et de la conversion
- Cas pratiques d'optimisation

8. Préparation à l'examen de certification

- Structure de l'examen officiel Google AdWords (version 2016)
- Conseils pour bien réviser
- Quiz d'entraînement avec réponses détaillées
- Mise en situation professionnelle

Annexes

- Glossaire des termes Google Ads
- Raccourcis et outils utiles
- Accès aux ressources ENI et mises à jour en ligne