

Formation Google Ads : Initiation + Approfondissement

■ Durée :	2 jours (14 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 675,00 CHF HT (standard) 1 340,00 CHF HT (remisé)
■ Public :	Webmasters, Chef de projet, Assistant E-Marketing
■ Pré-requis :	Connaissance du web et de son fonctionnement
■ Objectifs :	Connaître les types de campagnes Google Ads - Savoir créer et optimiser une campagne - Analyser les KPI de campagne
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR811-F
■ Note de satisfaction des participants:	4,99 / 5
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73

■ **Modalités d'accès :**

Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.

■ **Délais d'accès :**

Variable selon le type de financement.

■ **Accessibilité :**

Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Comprendre les enjeux de Google Ads

Définir ses objectifs

Connaître les principales évolutions de la plateforme

Savoir identifier les différents types de campagne

Comprendre les statistiques suivant les types de campagnes

Connaître la structure d'un compte Google Ads

Quels sont les paramètres à définir dans une campagne ?

Comment organiser ses groupes d'annonces ?

Quels mots-clefs retenir ? Pour quel ciblage ?

Optimiser ses annonces (texte, bannières, vidéos, etc.)

Identifier les mots clefs d'une campagne de recherche

Cibler les mots clefs principaux et secondaires

Utiliser l'outil de planification de mots clefs dans Google Ads

Prévoir une quantité de clic suivant les mots clefs retenus

Identifier l'enchère à placer pour un mot clef

Comprendre les types de correspondance sur les mots clefs

Définir une organisation en groupes d'annonces et campagnes

Atelier : Se créer une liste de mots clefs pour une campagne de recherche

Créer une campagne de recherche - Google Ads Search

Paramétrer sa campagne Search : budget, lieu, planification, etc.

Renseigner des extensions d'annonce

Créer des groupes d'annonces et y insérer les mots-clefs

Créer des annonces optimisées : annonces responsive

Prévisualiser ses annonces directement dans Google Ads

Atelier : Créer une campagne de recherche suivant son activité

Analyser la performance d'une campagne de recherche

Identifier les impressions, clics, coûts...

Voir ce que les internautes ont recherché

Voir la performance suivant les zones géographiques

Analyser les jours et heures de diffusion

Atelier : Analyser les statistiques sur sa campagne

Optimiser ses campagnes de recherche

A quel moment ajuster une enchère ou le budget ? Réécrire une annonce ?

Surveiller le niveau de qualité de mot clef

Personnaliser ses annonces : récupérer la requête de l'internaute, définir un timer...

Définir des ajustements d'enchère

Affiner les ciblage géographiques et temporels

Exclure des mots clefs de recherche

Se comparer à la concurrence

Atelier : Repérer les axes d'amélioration sur ses campagnes de recherche

Calculer un retour sur investissement

Comprendre le principe des conversions

Configurer ses conversions dans Google Ads

Lier les conversions à son site web

Importer des conversions de Google Analytics

Créer une campagne d'affichage - Google Ads Display

Paramétrer sa campagne Display

Définir son ciblage d'audience et/ou de contenu

Créer une annonce display responsive dans Google Ads

Savoir quels outils utiliser pour créer une bannière plus interactive

Utiliser les outils de bibliothèque partagée

Mettre en commun un budget pour plusieurs campagnes

Utiliser le remarketing au sein de Google Ads

Exclure des mots-clefs et emplacement pour toutes les campagnes

Changer de stratégie d'enchère

Comprendre le fonctionnement des autres types de campagne

Utiliser les campagnes vidéos pour Youtube

Mettre en avant ses produits avec des campagnes Shopping

Profiter de Gmail pour diffuser son offre grâce aux campagnes GSP

Aller plus loin avec Google Ads

Créer des rapports d'analyse et programmer un envoi par email

Etablir une liaison entre Google Ads et Google Analytics

Utiliser des annonces dynamiques (DSA)

Définir des règles automatiques

Utiliser Google Ads Editor

Conclusion

Adapter ses campagnes à ses objectifs publicitaires

Analyser et rechercher les axes d'optimisation

Questions/Réponses