

Formation Google Ads : Initiation

■ Durée :	1 jours (7 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	875,00 CHF HT (standard) 700,00 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 de recherche
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	<ul style="list-style-type: none">• 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 :	<ul style="list-style-type: none">• 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 :	MAR589-F
■ Note de satisfaction des participants:	4,89 / 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 : annonce responsive et annonces textuelles grand format

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 d'apparition

Atelier : Analyser les statistiques sur sa campagne

Conclusion

Les évolutions des campagnes de recherche

Définir quoi travailler en priorité

Questions/Réponses