

FORMATION GOOGLE ADS : OPTIMISER SON RÉFÉRENCEMENT PAYANT/ SEA



- 🗣️ Présentiel ou distanciel
- 📍 Paris, France ou International
- 🕒 14 heures soit deux journées
- 📅 E-learning sur demande
- 🏠 Coaching, sur-mesure ou sur étagère
- 👤 3 à 12 personnes
- 💰 à partir de 980€ HT / pers. / jour
- 🔍 Référence 20201214

Objectifs

- 👉 Maîtriser les techniques du référencement via Ads
- 👉 Créer les différents types de campagnes
- 👉 Utiliser les bons formats d'annonces
- 👉 Connaître le réseau Display et les techniques de remarketing
- 👉 Pouvoir s'adapter aux évolutions constantes de Google Ads

Formateur

Notre formateur, expert en référencement payant, possède une expérience et une maîtrise opérationnelle de plus de 5 ans.

Prérequis de la formation

Usage de Google dans votre entreprise.

À qui s'adresse cette formation ?

Chargé(e)s de communication, des Responsables marketing, des Directeurs etc.

Présentation

Le référencement payant est un incontournable du marketing digital. Connaître et maîtriser Google Ads permet de marquer une nette différence par rapport à ses concurrents. Le réseau de recherche affiche vos annonces sur Google au moment où vos prospects cherchent vos produits et services. Le réseau Display – riche de centaines de milliers de sites, d'applications mobiles et de chaînes YouTube – permet de toucher les internautes en fonction d'une multitude de critères de ciblage. Grâce au remarketing, vous vous adressez, de nouveau, aux internautes qui ont déjà visité votre site ou utilisé votre application mobile.

Depuis 2004, Google est l'une des premiers systèmes publicitaires au monde. De fait, Google Ads a beaucoup évolué ces dernières années. Ces deux jours de formation visent à vous transmettre une parfaite maîtrise des arcanes de cette plateforme, que vous souhaitiez internaliser vos campagnes ou « challenger » efficacement votre prestataire.

Avec la volonté de vous proposer une offre complète, nous organisons, en complément, une formation « Google Ads perfectionnement » et « Certifications Google Ads ».

Programme

Google Ads : un système publicitaire sans équivalent

- Google Ads : Présentation et chiffres-clés
- Comprendre les indicateurs pilotes et clés de performance (KPI)

Parcourir la nouvelle interface « Google Ads »

- Paramétrer un compte Google Ads
- Définition et fonctionnement des différents paramètres et outils

Mettre en place une structure de compte optimisée

- Maîtriser les systèmes de ciblage
- Maîtriser la planification des mots-clés
- Atelier : créer un plan des campagnes et des mots-clés de ciblage

Créer des campagnes efficaces sur le « Search »

- Définir les ciblages géographique et linguistique
- Systèmes et stratégies d'enchères
- Créer des annonces optimisées sur le réseau de recherche
- Adopter une démarche « centrée utilisateur »

- Créer et maîtriser les extensions d'annonce
- Atelier : créer un plan des annonces et des extensions d'annonces

Travailler plus efficacement avec Google Ads

- Utiliser Google Ads Editor
- Gérer modifications groupées et opportunités Google Ads

Analyser en profondeur les performances des campagnes

- Interpréter les KPI liés aux performances des campagnes
- Relier un compte Google Ads à un compte Google Analytics et à la Search Console
- Atelier : créer un plan des rapports internes et externes

Optimiser les performances des campagnes sur le « Search »

- Utiliser les filtres, les libellés et les règles Google Ads
- Définir un ajustement des enchères par zone, par appareil et critère démographique

Créer des campagnes efficaces sur le réseau Display

- Panorama des types de campagne sur le display, des formats d'annonces
- Maîtriser les différents ciblages, les créations d'annonces
- Atelier : créer un plan des campagnes sur le réseau Display

Créer des campagnes de remarketing optimisées

- Paramétrer le compte Google Analytics
- Les campagnes de remarketing (« Search et Display »)
- Atelier : créer un plan des campagnes de remarketing (« Search et Display »)

Tour de table et validation des connaissances acquises durant ces deux jours

Quelle est la méthodologie pédagogique employée ?

Apport d'expertise du formateur, quiz, travaux pratiques, atelier, échanges d'expérience.

Quelles sont les modalités pédagogiques employées ?

Évaluation à travers un questionnaire en fin de formation.

Version 1, mise à jour le 1 janvier 2020

Organisme certifié



★★★★★ 4.7/5

Satisfaction de nos apprenants en 2019

www.digitalacademy.fr