



FORMATION EN PRESENTIEL ET/OU EN DISTANCIEL (SELON LE THEME)

GOOGLE ADS : CAMPAGNE SUR LE RÉSEAU DE RECHERCHE

Dernière mise à jour le 16/10/2024.

OBJECTIF

Avoir les compétences et les connaissances nécessaires pour gérer des campagnes sur Google Ads

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

- Comprendre la structure granulaire d'une campagne
- Savoir référencer un site localement
- Maîtriser l'optimisation des budgets
- Mettre en place une stratégie remarketing performante
- Savoir optimiser des campagnes Search

PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

Vous pouvez vous inscrire pour suivre une de nos formations jusqu'à la veille de la date de démarrage si la formation est financée directement par votre entreprise ET si le nombre maximum de participants n'est pas atteint. Si la formation est financée via un OPCO, vous devez au préalable avoir obtenu un accord de ce dernier.

MODALITÉS DE DÉROULEMENT DE L'ACTION DE FORMATION

Formation présentielle ou distancielle dispensée par un formateur expérimenté. La formation alterne des exposés théoriques, des démonstrations et la mise en pratique au travers d'exercices et de cas concrets.

Tarif	1490 € HT par participant
Réf.	GOOGADS
Contact	0465260114 contact@univlearn.fr https://univlearn.fr/

PRÉ-REQUIS

- Connaissance de l'usage Internet et mobile
- Des notions de marketing digital sont un plus

MÉTHODES ET MOYENS MOBILISÉS

Évaluation des acquis tout au long de la formation à travers des Tps, des Quizz ; Évaluation de satisfaction de fin de formation ; Attestation de fin de formation précisant les modules acquis et en cours d'acquisition ; Support de cours remis en fin de session.

 Niveau Autres formations professionnelles continues	 Modalité Présentiel	 Effectif par session 2 mini > 6 maxi	 Durée 14 heures / 2 jour(s)
--	---	---	---



PROGRAMME

Module 1 : Google AdWords : Le b.a.-ba
Pourquoi intégrer Google AdWords dans sa stratégie digitale
SEO Vs SEA : Complémentaires ou opposés ?
Les 5 facettes de Google AdWords
4 lettres clefs du succès en Marketing Direct : AIDA
Problématiques commerciales : « Gros Budget »
Problématiques commerciales : « Petit Budget »

Module 2 : Les leviers d'optimisation d'une campagne AdWords « Search »
Les comptes Google : AdWords, Analytics, Search Console, My Business...
Structure type d'une campagne : La granularité
Les optimisations « Mobile »
Les options de correspondance des mots clés
L'outil d'insertion de mots clés : La balise {Keyword}
Le score de qualité
Les extensions d'annonces

Module 3 : Focus sur le Remarketing
Remarketing ou retargeting ?
Créer une campagne de remarketing
Créer des audiences personnalisées sur Google Analytics
Paramétrage AdWords de la campagne
Les entonnoirs multicanaux

Module 4 : Focus sur la bibliothèque partagée
Les Audiences
Les Stratégies d'enchères
Les Budgets
Les Données d'entreprise

Module 5 : Reporting et automatisation
Quels rapports créer ?
Planification des rapports
Ouverture vers Google Data Studio

INTERVENANT(S)

Consultant formateur expérimenté

ÉVALUATION

Chaque module de cours est concrétisé par un TP afin de permettre l'acquisition d'un vrai savoir-faire sur tous les points abordés, Questions posées par le formateur tout au long de la formation à l'oral ou à travers un QCM

ATTRIBUTION FINALE

Attestation individuelle de formation