



1

PROGRAMME DE FORMATION

GOOGLE ADS

Objectifs pédagogiques

Connaitre toutes les fonctionnalités de Google Ads

Prérequis

Maitrise globale de l'ordinateur

Public concerné

Tout public

Moyens et supports pédagogiques

Formation en distanciel (Visio) : Cours particuliers ou en groupe dispensés en Visio par l'un de nos formateurs.

Formation en présentiel : Cours particuliers ou en groupe dispensés en présentiel par l'un de nos formateurs.

Moyens d'évaluation des acquis

A chaque fin de cours, des exercices sont effectués afin de valider les acquis du stagiaire et des évaluations intermédiaires seront proposées à chaque fin de module.

Moyens d'encadrement

Le stagiaire sera contacté par le formateur au démarrage de sa formation, pour évaluer ses besoins, envies, et objectifs de celle-ci.

Suite à ce premier contact, nous serons disponibles pour le stagiaire à tout moment pendant toute la durée de sa formation par téléphone ou par mail.

Un suivi régulier et périodique sera effectué tout au long de son parcours.



2

Description de la formation :

Sélectionnez une liste de mots clés pour votre campagne sur le réseau de recherche

- Créer une liste initiale de mots-clés basée sur les recherches de clients potentiels
- Analyser le volume de recherche avec l'outil de planification des mots clés
- Identifier les bonnes enchères pour apparaître dans les premiers résultats de recherche Google
- Sélectionner le type de correspondance pour chaque mot clé (correspondance partielle, correspondance exacte, correspondance exacte)

Comprendre les différents objectifs publicitaires proposés par Google Ads

- Vente et Prospects
- Accès au site Web
- Considération du produit et de la marque
- Couverture et notoriété de la marque
- Annonces d'applications
- Créer une campagne sans objectif précis

Définissez clairement la nature de votre campagne Google Ads

- Réseau de recherche
- Performances max
- Réseau d'affichage
- Achats
- Vidéo
- Discovery

Optimisez vos dépenses pour qu'elles correspondent à votre budget Google Ads

- Choisir la bonne stratégie d'enchères
- Définir une enchère maximum
- Définir un budget quotidien de campagne

Créer des annonces

- Bonnes pratiques de création d'annonces Google Ads par type de campagne
- Respecter les restrictions imposées
- Découvrir comment créer des événements de conversion pour mesurer les ventes et les prospects.
- Diffuser plusieurs annonces dans une seule campagne
- Ajouter des extensions

Mesurez la performance de vos campagnes

- Analyser différentes colonnes de résultats
- Ajouter des colonnes de performances en fonction de vos besoins
- Mesurer les conversions pour les campagnes
- Améliorer le niveau de qualité de votre campagne
- Identifier les appareils les plus puissants
- Identifier le meilleur moment pour faire de la publicité

Finalisation de la formation

- Conclusion
- Estimation des acquis de connaissance des stagiaires par le formateur