

INF-14

GOOGLE ADS : LANCER ET PILOTER UNE CAMPAGNE SEA SUR LES MOTEURS DE RECHERCHE

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

A l'issue de la formation, chaque participant devra mieux :

- Maîtriser le fonctionnement d'un compte advertising Google Ads
- Mettre en place une campagne et des événements avec Google Adwords
- Optimiser son retour sur investissement et comprendre les différents ratios dans Google adwords

CONTENU DU PROGRAMME DE LA FORMATION :

- **Comprendre l'environnement Google Ads (anciennement Google Adwords)**
 - ✓ S'initier au Marketing de la Performance, aux principes et au fonctionnement du Search Marketing
 - ✓ Se représenter les notions de données du Marché, leviers de développement et le principe du référencement
 - ✓ Identifier les avantages et les inconvénients de Google Adwords
 - ✓ Appréhender le glossaire et les différents ratios utilisés dans une campagne Adwords
- **Google Ads : Assimiler ses principes, composantes et fonctionnement**
 - ✓ L'audience et les réseaux de ciblage : Le réseau de recherche, le réseau display, interactions et complémentarité
 - ✓ Les annonces Adwords : Définition et fonctionnement, les principes d'affichage
 - ✓ Enchères et qualité : Principes d'enchères, enchères automatiques et manuelles, niveau de qualité et quality score
 - ✓ L'Interface Adwords : Structure du compte, organisation de l'interface Adwords et gestion des campagnes, le centre de Rapports
 - ✓ Les outils complémentaires : Les générateurs de mots clés, Focus sur Google Analytics, Google Trends
- **Maîtriser la création et lancement d'une campagne de référencement payant/SEA**
 - ✓ Définir des objectifs marketing en fonction de sa cible

- Augmenter la visibilité d'une marque
- Promouvoir de nouveaux produits/services
- Augmenter le trafic vers un site Web
- Dynamiser les ventes
- Constituer une base de données clients
- ✓ Optimiser son site web pour mieux déterminer le ROI
 - Tester et optimiser son site
 - Soigner son contenu
 - Sélectionner des pages de destination pertinentes
- ✓ Créer sa structure de campagne : Structurer ses campagnes, structurer ses groupes d'annonces
- ✓ Mettre en œuvre sa campagne : Définir les paramètres
 - Créer les groupes d'annonces, rédiger des annonces efficaces et percutantes
 - Choisir des mots clés pertinents, options de ciblage des mots clés
 - Fixer son CPC maximum et son budget quotidien
 - Activer son compte
- ✓ Résultats et indicateurs de performances : Synthèses et rapports, analyse des Informations
- **Optimisations de ses campagnes sur Google Ads : Optimiser ses mots clés, des annonces, gérer et exploiter la saisonnalité**
 - ✓ Retour sur investissement et suivi des conversions : Statistiques et Google Analytics, suivi des conversions
 - ✓ Exploiter de nouveaux supports : Le réseau display, Google Maps et Adresses, Adwords mobile

PUBLIC CIBLE :

- Webmaster
- Service marketing
- Service commercial
- Chef d'entreprise

DUREE DE LA FORMATION :

03 journées de 8 heures chacune

ANIMATEUR :

Formateur spécialisé avec longue expérience