

# Formation Gestion optimisée de campagnes Google Ads

PROGRAMME DE FORMATION

DURÉE : 1 jour (7 heures)

Présentiel / Distanciel

## Objectif

Les participants seront en mesure de créer, gérer et optimiser une campagne publicitaire sur la régie Google Ads.

## Pré-requis

Personnes en charge d'augmenter la visibilité publicitaire d'une entité.

## Participants

Connaître à minima l'environnement Google. Esprit créatif.

## Validation

La validation se fera par un quizz final.

## Modalités

Nos formateurs utilisent les méthodes andragogiques suivantes : la démonstration, l'étude de cas, le projet, le questionnement de groupe et le quizz.

## Infos complémentaires

Délai d'accès :  
Entre 15 et 45 jours. Formation accessible aux personnes en situation de handicap.  
Plus d'informations au 0692 22 55 83.

Débouchés :  
Cette formation permet une montée en compétences mais ne permet pas de se former à un métier.

Passerelles :  
Aucune passerelle disponible.

## Programme synthétique

### Module 1 : Utilisation des liens sponsorisés, ou publicités Ads

Rentabilités des liens sponsorisés : problèmes de fraude au clic, droit.  
Les réseaux d'affichage et les formats publicitaires : Google Ads, Bing...  
Les campagnes universelles : desktop, mobile, tablettes...  
Le mode de fonctionnement : systèmes d'enchères, Quality Score Google...  
L'interface Google Ads

### Module 2 : Définir sa stratégie de campagne

Définir ses objectifs : vente, trafic...  
Définir un plan media publicitaire via le réseau Google.  
Choisir sa période de diffusion et son ciblage géographique.  
Budget et stratégie d'enchères.  
Stratégie de complémentarité avec le référencement naturel.

### Module 3 : Créer et mettre en ligne une campagne Ads

Paramétrer sa campagne : facturation, budget, ciblage géographique, mode de diffusion.  
Structurer sa campagne.  
Choisir les mots-clés et leur ciblage.  
Déterminer ses enchères.  
Rédiger ses annonces.  
Les extensions d'annonces : lieu, appel, liens, avis, produits...  
Définir ses landing pages et les optimiser.  
Paramétrer le tracking statistique : Google Analytics, Weborama, Xiti/ATInternet, Ominture...  
Focus sur les campagnes mobiles.

### Module 4 : Créer et mettre en ligne des campagnes Display et Retargeting

Principes et intérêts des campagnes Display et Retargeting.  
Les campagnes sur Youtube.  
Les campagnes Display : ciblage par mots clés, audience...  
Les campagnes remarketing.