

# Formation Google Ads niveau 2

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

Avoir suivi le cours Ads Niveau débutant.

## Participants

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

## 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 : Paramétrer des campagnes efficacement

Paramétrer ses campagnes en fonction de ses objectifs (facturation, budget, période de diffusion)  
Déterminer un budget et une stratégie d'enchère adaptée à vos objectifs (test, conquête, rentabilité, branding)

Faire les meilleurs choix de réseaux, zones, calendrier de diffusion et appareils

Maîtriser Google Adwords Editor pour gagner du temps

Avantages additionnels des autres types de campagnes : Display, Vidéos, Remarketing, Shopping

Découvrir les erreurs qui augmentent artificiellement les budgets

### Module 2 : Structure parfaite d'un compte Ads

La structure efficace des campagnes et groupes d'annonces : sémantique et catalogue

Savoir choisir les meilleurs mots clés : choix des mots clés, combinaisons, ciblage, négatifs, pro actif

Rédiger des annonces ETA efficaces : lisibilité, attractivité, règles (Trademark, KeyWords, etc.), mobiles

Pourquoi et comment bien exploiter les extensions d'annonces (lieu, appel, liens annexes, avis...)

### Module 3 : Définir des objectifs et contrôler correctement la rentabilité

Définir les meilleurs indicateurs clés de performance (KPI)

Paramétrer des objectifs et synchroniser les données

Les indicateurs à suivre pour identifier en quelques secondes les zones d'amélioration

### Module 4 : Mener des analyses et des optimisations opérationnelles sur le compte

Actions fondamentales pour optimiser votre compte Adwords ses Quality Score et diminuer vos CPCs

Prendre des décisions opérationnelles impactantes

Analyse de votre compte en temps réels et optimisations