

Objectifs professionnels

Être capable de mettre en place, paramétrer et suivre des campagnes publicitaires Google Ads, principalement sur le réseau de recherche (Search)

Objectifs pédagogiques

- **Identifier** les possibilités de Google Ads (AdWords)
- **Choisir** les types de campagnes publicitaires efficaces pour son entreprise
- **Mettre en œuvre** des campagnes Google Ads dans son entreprise
- **Evaluer** les résultats et les retours sur investissement (ROI) de ses campagnes

Public concerné

- Responsable digital, marketing ou commercial.
- Toute personne souhaitant mettre en place des campagnes Google Ads

Prérequis

Aucun

Contenu

- Introduction au SEA et à Google Ads
- Découverte de l'interface Google Ads
- Structuration d'un compte
- Découvrir les réseaux Search, Display et Shopping
- Les campagnes, groupes d'annonces et annonces
- Le réseau de Recherche (Search)
 - Création d'une campagne
 - Les paramètres d'une campagne
 - Les différents types de ciblage
 - Les extensions d'annonces
 - Création d'une annonce textuelle
- Le réseau Display
 - Création d'une campagne
 - Les paramètres d'une campagne
 - Les différents types de ciblage
 - Les annonces du réseau Display
- Les annonces textuelles : optimisation & automatisation
- Optimiser les budgets et les enchères
- Le planificateur de performances
- Le ciblage par mots clés
- Le ciblage d'audiences
- Autres ciblage avancés
- Savoir évaluer les résultats (ROI)

Accessibilité aux personnes handicapées

Les personnes en situation de handicap peuvent avoir des besoins spécifiques pour suivre la formation. N'hésitez pas à nous contacter pour en discuter.

Modalités d'accès

Avoir passé un test de positionnement sur les fondamentaux de la publicité sur Internet.
3 mois à 1 semaine à compter de la demande de renseignement du bénéficiaire sous réserve d'avoir une réponse favorable du financeur.

Modalités de suivi et d'évaluation des acquis

L'assiduité des stagiaires est attestée par signature par demi-journée et contresignée par le formateur (présentiel) ou log de connexion Zoom (distanciel)
Modalités d'évaluation tout au long de la formation via des tests pratiques, des mises en situation et des quiz.

Modalités pédagogiques

Formation en présentiel ou en distanciel

Moyens humains

Jean-François de Ligondés
Formateur - Consultant
Plus de 15 ans d'expérience en marketing digital.
Certification Formateur Professionnel FFP
contact@periesconsult.com
Tél. : 09 79 94 25 20

Méthodes pédagogiques

Alternance de méthodes interrogatives et démonstratives. L'apprenant est au cœur de la formation.

Moyens pédagogiques

Formation à distance via Zoom ou sur site.
Formation individuelle, intra-entreprise ou interentreprise

Sanction visée

Attestation de formation

Tarifs et effectifs

Formation individuelle : à partir de 1 400 € net de taxes
Formation intra-entreprise (6 pers. maximum conseillé) : à partir de 2 690 € net de taxes
Formation inter-entreprise, de 3 à 6 personnes : à partir de 1 100 €/personne, net de taxes.

Informations complémentaires

Cette formation est une des composantes Expert du parcours "Mettre en place une stratégie de marketing digital". Elle peut être complétée par la formation "Display, Shopping & Remarketing avec Google Ads".

