Gérer un compte Google Ads

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de gérer de manière autonome le compte Google Ads et l'évolution des performances, en créant, optimisant et en analysant les actions menées sur les campagnes Search et Display

Durée :	Prérequis :	Public concerné :	Tarif HT/jour
4 jours (28 h)	Aucun	Toute personne en charge du référencement et campagnes internet	Nous consulter

Contenu de la formation

Introduction

- Accueil, présentation du formateur, de la démarche, des modalités de réalisation
- Présentation des participants et de leurs attentes
- Rappel des objectifs définis, validation par les participants
- Approche de l'outil et de méthodes de travail liées à son utilisation

Configurer et structurer le compte Google Ads

- Mettre en place le suivi des conversions pour mesurer l'efficacité des campagnes
- Création d'actions de conversion au besoin, pour le suivi des conversions
- Vérifier et corriger le tracking existant pour assurer la fiabilité des données

Comprendre et concevoir des campagnes publicitaires

- Définition des objectifs publicitaires
- Compréhension du réseau de recherche et du Display
- Les sous-types de campagnes
- Choisir la bonne campagne pour ses objectifs

Déployer des campagnes publicitaires

- Sélectionner les mots-clés et les audiences les plus pertinents pour vos objectifs et vos personas cibles
- Rédiger des annonces adaptées aux intentions de recherche des utilisateurs
- Définir une stratégie d'enchères et de budget alignée avec vos objectifs
- Création / refonte des campagnes, adaptées aux objectifs du compte

Optimiser les campagnes pour améliorer les performances

- Analyser les indicateurs de performance pour évaluer l'efficacité des algorithmes et optimiser ces indicateurs (ajuster les enchères, les exclusions et les ciblages pour maximiser les performances etc.)

Gérer un compte Google Ads

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de gérer de manière autonome le compte Google Ads et l'évolution des performances, en créant, optimisant et en analysant les actions menées sur les campagnes Search et Display

Durée :	Prérequis :	Public concerné :	Tarif HT/jour
4 jours (28 h)	Aucun	Toute personne en charge du référencement et campagnes internet	Nous consulter

Clôture de la formation

- Récapitulatif
- Conseils, trucs et astuces
- Fiche d'évaluation, synthèse
- Récupération par les participants des fichiers travaillés et des exemples traités

Les méthodes et critères d'évaluation pédagogique

La constitution des groupes homogènes s'établira à partir d'un outil d'évaluation. L'évaluation permettra d'avoir un premier aperçu du niveau de l'apprenant, de ses connaissances et de ses attentes pour la formation appropriée.

Une approche pédagogique sera réalisée par le formateur avant le début de la formation, afin d'adapter le contenu du programme pour répondre aux attentes des apprenants.

Une attestation est fournie à l'apprenant à l'issue de la formation validant les connaissances acquises lors de la formation.

Les méthodes pédagogiques

Chaque thème du programme sera accompagné d'ateliers pratiques avec suivi et assistance personnalisée.

Les ateliers pourront être réadaptés en fonction des propres modèles des participants.

Le suivi et les moyens pédagogiques

Un support de formation sera transmis à chacun des participants, reprenant les principaux thèmes de la formation réalisé sous forme de captures d'écran et d'explications de texte.

Les apprenants repartent à l'issue de la formation avec les fichiers travaillés pendant la formation ainsi que les coordonnées du formateur, ce qui leur permettra d'échanger avec ce dernier et de lui poser toute question relative à la formation suivie sans limitation de durée.

Une feuille d'émargement est signée par les stagiaires (matin et après-midi) chaque jour de la formation, afin d'attester de leur présence.

Les moyens techniques

Salle équipée avec un poste par personne, un tableau blanc, un paperboard, un accès wifi et un vidéo projecteur.