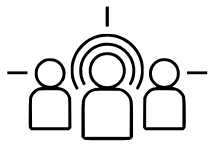


GOOGLE ADS

Formation présentielle



Public concerné

Chefs de projet, chefs de produit, responsables digitaux, responsable marketing, chargés de communication, chargés de marketing, directeurs commerciaux, traffic manager et plus largement toute personne souhaitant améliorer ses compétences et sa compréhension en marketing digital.



Objectifs

- Connaître l'environnement de Google Ads
- Créer une campagne efficace sur Google Ads
- Analyser et mesurer la performance d'une campagne Google Ads
- Optimiser une campagne Google Ads



Modalités d'accès

Inscription à réaliser 1 mois avant le démarrage de la formation.

Minimum : 1 participant

Maximum: 8 participants



Prérequis:

Aucune connaissance particulière n'est préalablement requise pour cette formation.



Durée de l'action

1 journée (7h)

9H00 à 12H30

et

13H30 à 17H00



Lieux d'actions

37 Boulevard Saint-Martin

Paris 3ème



Modalités évaluations

QCM/Quizz
Grille d'évaluation
Travaux pratiques
Échange avec le formateur par
visioconférence (webinar), téléphone et mail



Appréciation des résultats

Recueil individuel des attentes du stagiaire
Questionnaire d'auto-évaluation des acquis
en début et en fin de formation
Évaluation continue durant la session
Remise d'une attestation de fin de
formation
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction
en fin de formation



Modalités pédagogiques

Évaluation des besoins et du profil du participant
Apport théorique et séquences pédagogiques
regroupées en différents modules,
Support de formation
Prises de notes
Cas pratiques
Questionnaire et exercices
Retours d'expériences
Séquences pédagogiques regroupées en
différents modules



Suivi de l'exécution

Feuilles de présences signées des
participants et du formateur par demi-
journée en signature électronique via la
plateforme Pandadoc.
Attestation de fin de formation
mentionnant les objectifs, la nature et la
durée de l'action et les résultats de
l'évaluation des acquis de la formation.

Chaque formation est sous la responsabilité du directeur pédagogique de l'organisme de formation. Le bon déroulement est assuré par le formateur désigné par l'organisme de formation.

Pour les personnes en situation de handicap, nous mettrons tout en œuvre pour vous accueillir ou pour vous réorienter. Vous pouvez contacter votre référent Handicap au **+337 80 90 50 23** ou sur **nicolas@digitalmanners.fr**.

Contenu de la formation Google ADS

Connaître l'environnement de Google Ads

- Qu'est-ce que le SEA ?
- SEA & SEO
- Introduction au système d'enchères
- Niveau de qualité et positionnement
- Organisation d'un compte Google Ads

Créer une campagne efficace sur Google Ads

- Les types de campagnes
- Le budget
- Les types de ciblage
- Les stratégies d'enchères
- Bien choisir ses mots-clés
- Rédiger des annonces efficaces
- Choisir et optimiser vos pages de destination
- Les extensions d'annonces
- Audiences et remarketing

Analyser et mesurer la performance d'une campagne Google Ads

- Le tracking
- Notions d'attribution
- Les indicateurs de performance : trafic et conversion
- Créer et utiliser les rapports personnalisés

Optimiser une campagne Google Ads

- Principes et objectifs de l'optimisation
- Les ajustements d'enchères
- Optimisation du budget
- Rapport d'analyse des enchères et concurrence
- Outil d'AB-testing