

Google Ads initiation

Public :

Toute personne en charge des campagnes publicitaires du site internet de l'entreprise.
Responsable marketing, webmaster, gérant ...

Objectifs :

Comprendre le fonctionnement de Google Ads.
Savoir créer, paramétrer et optimiser ses campagnes.
Evaluer et mesurer la performance de ses campagnes.

Prérequis :

Savoir utiliser un ordinateur et internet.

Durée :

2 jours / 14 heures

Nombre de stagiaires :

5 maximum

Méthodes pédagogiques :

Formateur expert en référencement payant et certifié Google Ads.
Nous utilisons la pédagogie active afin de favoriser l'apprentissage et augmenter le niveau de motivation des stagiaires.
Les besoins et prérequis sont validés en amont avec le formateur.
Les modalités pédagogiques sont adaptées en fonction des besoins et attentes du stagiaire.

Moyens techniques et pédagogiques :

Formation opérationnelle composée d'exercices et d'études de cas directement liés et appliqués à des campagnes existantes.
Un ordinateur par personne.
Support de cours remis sur clé USB.

Évaluation des résultats :

Une évaluation pédagogique (orale et/ou écrite) est effectuée à la fin de votre formation afin d'attester l'acquisition de connaissances.
Exercice de synthèse.

Validation de la formation :

Attestation de fin de formation envoyée par mail.

Pour valider votre montée en compétences vous pouvez passer une certification.

Tarif :

1050€ net

Certifications possibles :

Google Ads

Financement CPF : oui**PROGRAMME****Définition et présentation de Google Ads**

définition et fonctionnement du référencement payant

rappel sur la notion de référencement global

analyser la structure de la page de résultats Google

les différents réseaux de diffusion

créer un compte Google Ads et le paramétrer

présentation de l'interface (campagnes, groupes d'annonces, annonces, mots-clés ...)

Fonctionnement de Google Ads

l'arborescence de son compte Google Ads

le langage Google Ads : CTR, CPC, enchères, rebonds, conversions, quality score ...

Les campagnes

créer et paramétrer ses campagnes

fixer et maîtriser son budget

ciblage géographique

choix des langues

sélection des réseaux

mode de diffusion

planification de ses campagnes

Les mots clés

évaluer la performance des mots clés

gérer ses mots clés en fonction des campagnes

choisir ses mots clés

exclure les mots clés inutiles

évaluer le positionnement

Les annonces

les types de publicités (campagne intelligente / mode expert)
les groupes d'annonces
rédiger et tester ses annonces
la page de destination
la rotation des annonces
correspondance des mots clés
les extensions d'annonces

Mesurer et optimiser ses campagnes

les indicateurs de performances
générer des rapports
filtrer des données
analyser les données pour optimiser ses campagnes
la Landing Page

<u>Nous contacter :</u> contact@evoluformation.com 04 65 84 46 34	<u>Adresse :</u> Evolu Formation 129 rue Servient - Tour Part-Dieu 69326 Lyon Cedex 03
Numéro de SIRET : 90144461200013 Code NAF : 8559A	