

FORMATION GOOGLE ADS : OPTIMISER SON RÉFÉRENCEMENT PAYANT/ SEA



- Présentiel ou distanciel
- Paris, France ou International
- Multiples formats
- Inter, intra, sur étagère
- 1 à 12 personnes
- A partir de 830€ HT / pers. / jour
- Référence 20201214

Objectifs

- Maîtriser les techniques du référencement via Ads
- Créer les différents types de campagnes
- Utiliser les bons formats d'annonces
- Connaître le réseau Display et les techniques de remarketing
- Pouvoir s'adapter aux évolutions constantes de Google Ads.

Prérequis de la formation

Usage de Google dans votre entreprise.

À qui s'adresse cette formation ?

Chargé(e)s de communication, des Responsables marketing, des Directeurs etc.

Pour toutes personnes en situation d'handicap, veuillez nous contacter

Présentation

Le référencement payant est un incontournable du marketing digital. Connaître et maîtriser Google Ads permet de marquer une nette différence par rapport à ses concurrents. Le réseau de recherche affiche vos annonces sur Google au moment où vos prospects cherchent vos produits et services. Le réseau Display – riche de centaines de milliers de sites, d'applications mobiles et de chaînes YouTube – permet de toucher les internautes en fonction d'une multitude de critères de ciblage. Grâce au remarketing, vous vous adressez, de nouveau, aux internautes qui ont déjà visité votre site ou utilisé votre application mobile.

Depuis 2004, Google est l'une des premiers systèmes publicitaires au monde. De fait, Google Ads a beaucoup évolué ces dernières années. Ces deux jours de formation visent à vous transmettre une parfaite maîtrise des arcanes de cette plateforme, que vous souhaitiez internaliser vos campagnes ou « challenger » efficacement votre prestataire.

Avec la volonté de vous proposer une offre complète, nous organisons, en complément, une formation « Google Ads perfectionnement » et « Certifications Google Ads ».

Formateur

Notre formateur, expert en référencement naturel, possède une expérience et une maîtrise opérationnelle de plus de 7 ans.



Digital Academy
17 rue du Faubourg Montmartre
75009 Paris

09 77 21 53 21 *appel non surtaxé*
du lundi au vendredi de 9h30 à 18h
contact@digitalacademy.fr

Programme

- **Introduction à Google Ads et ses nouveautés récentes**
- Évolution de la plateforme : de Google Ads classique à une approche basée sur l'automatisation.
- Focus sur les campagnes Performance Max : principes, avantages et cas d'usage.
- Comprendre les indicateurs clés de performance (KPI)
- Définition des métriques : CPC, CPM, CTR, Quality Score, ROAS.
- Introduction de nouveaux KPIs spécifiques aux campagnes Performance Max et aux leads.)

Structuration optimale du compte pour une performance maximale

- Structuration : comptes, campagnes, groupes d'annonces.
- Gestion des objectifs multiples (ventes, leads, notoriété).
- Recherche et planification des mots-clés
- Utilisation de l'outil de planification pour identifier des opportunités pertinentes.
- Stratégies pour combiner mots-clés exacts, expressions et négatifs.

Mise en place et paramètres essentiels pour une campagne Search efficace

- Définir les objectifs : leads, ventes, appels téléphoniques.
- Segmentation géographique et démographique.
- Choix des stratégies d'enchères : manuelles, automatisées, basées sur les conversions.
- Création et optimisation d'annonces
- Intégration d'appels à l'action orientés conversion.
- Génération de leads via Google Ads
- Paramétrage des extensions de formulaire de contact pour la collecte de leads.

Découverte et intégration des campagnes Performance Max

- Fonctionnement : stratégie omnicanal basée sur l'IA de Google.
- Avantages : unifier Search, Display, YouTube, Discover, et plus encore.
- Comparaison avec les campagnes standards pour les cas spécifiques.
- Configuration des campagnes Performance Max
- Choix des objectifs : e-commerce, génération de leads, branding.
- Gestion des assets : textes, images, vidéos et flux produit.
- Ateliers pratiques : création et paramétrage d'une campagne Performance Max.

- Optimisation des campagnes Performance Max
- Analyse des rapports de performance spécifiques.
- Ajustement des assets et des cibles pour maximiser le ROAS.
- Cas pratique : Mise en place d'une campagne Performance Max

Réseau Display et Youtube

- Utilisation avancée du réseau Display & Youtube
- Création de bannières publicitaires percutantes.
- Ciblage contextuel et comportemental.
- Mise en place de campagnes pour reconquérir des visiteurs.
- Paramétrage de listes d'audience dans Google Ads.

Analyse des performances et reporting

- Suivi des conversions et lecture des rapports Google Ads.
- Interprétation des données pour améliorer les performances.
- Utilisation de Google Analytics & Search Console
- Relier un compte Google Ads à un compte Google Analytics et à la Search Console

Quelle est la méthodologie pédagogique employée ?

Apport d'expertise du formateur, quiz, atelier, échanges d'expérience.

Quelles sont les modalités d'évaluation ?

Évaluation à travers un questionnaire en fin de formation.

Version 6, mise à jour le 11 juin 2024

Vous avez des questions sur cette formation ?

Nos conseillers vous répondent au :

09 77 21 53 21

appel non surtaxé du lundi au vendredi de 9h30 à 18h

ou par email

contact@digitalacademy.fr