



Google Ads

Niveau intermédiaire et avancé

Objectifs : Connaître les principales techniques webmarketing, appréhender le vocabulaire et se familiariser avec les fonctionnalités de la régie publicitaire Google afin de développer le business en ligne.

Public : Toute personne chargée de communication ou d'une direction ou travaillant pour une agence de communication

Prérequis : Être à l'aise avec la navigation Internet et l'utilisation des moteurs de recherche

1. WebMarketing, définition, approche, cible et stratégie

- Définition du webmarketing dans la sphère du marketing digital
- Définissez et identifiez vos cibles
 - Portrait-robot de votre cible idéale
- Différence entre comportement clients en ligne et hors ligne

2. Elaborer une stratégie de contenu web

- Planifier la stratégie commerciale sur le Web et les priorités d'action de communication

3. Rappel du référencement payant et les techniques d'optimisation

- Principaux moteurs, caractéristiques et principes de fonctionnement
- SEM : Search Engine Marketing ou regroupement de techniques marketing (SEO+SEA)
 - Le SEO : Search Engine Optimization ou référencement naturel
 - Faites-vous remarquer grâce aux annonces sur les moteurs de recherche
 - Le SEA : Search Engine Advertising ou référencement payant
 - Introduction aux liens sponsorisés

4. Découvrir Google AdWords

- **Définir l'écosystème Google Adwords**
 - Aborder la notion de levier
 - Explorer les résultats sponsorisés classiques dans Google
 - Examiner les résultats sponsorisés spécifiques dans Google
 - Étudier les résultats sponsorisés dans Google Hotel Ads
 - Voir les résultats sponsorisés dans les sites web partenaires
- **Bâtir une stratégie Google AdWords**
 - Établir une feuille de route stratégique
 - Définir un plan marketing
 - Évaluer le budget
 - Comprendre le plan sémantique
 - Poser les conversions
 - Dresser la feuille de route stratégique globale

Notre approche

Formation par groupe de 10 participants maxi
Alternance théorie pratique / Validation des acquis
Exercices et étude de cas / Supports de cours
présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Audit téléphonique / **Evaluation de départ** / Suivi des inscriptions / Validation des dossiers de formation dans un délai maximum d'un mois /
Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap.



Google Ads

Niveau intermédiaire et avancé

ArtAccompagnement

- **Gérer un compte Google AdWords**
 - Comprendre le rôle du didacticiel
 - Découvrir l'administration d'un compte
 - Gérer la facturation et l'accès utilisateur
 - Gérer le tableau de bord
- **Paramétrer une campagne Google AdWords**
 - Naviguer dans les campagnes
 - Choisir un type de campagne
 - Comprendre les types de campagne
 - Paramétrer selon ses besoins
 - Découvrir les partenaires du réseau de recherche
 - Géolocaliser son action
 - Paramétrer les langues
 - Comprendre le principe des stratégies d'enchère
 - Budgétiser une campagne
 - Renseigner et étendre l'information dynamique
- **Découvrir les campagnes dans Google**
 - Définir les types de campagne
 - Enrichir à l'aide de mots-clés
 - Utiliser le planificateur de mots-clés
 - Créer des groupes d'annonces
 - Créer des annonces
 - Maîtriser les impressions d'annonce
 - Cibler l'hyperlocalité
 - Créer une campagne dynamique dans Google
 - Découvrir Google Shopping
- **Assurer sa notoriété avec les campagnes Display**
 - Comprendre le Réseau Display de Google
 - Acheter des bannières Display
 - Définir les acteurs de l'achat de bannières publicitaires
 - Découvrir Google Display Network
 - Comprendre les objectifs d'une campagne Display
 - Découvrir les formats des bannières Display
 - Créer des annonces
 - Cibler et gérer les enchères avec Google Display Network
 - Utiliser YouTube pour ses vidéos
 - Gérer une campagne pour les applications mobiles
- **Auditer, analyser et optimiser**
 - Construire des rapports personnalisés
 - Comprendre les types de rapport personnalisés
 - Établir un rapport d'historique
 - Établir un rapport d'engagement
 - Créer un rapport personnalisé avec Gmail
 - Personnaliser un rapport à l'aide de vidéos
 - Créer un rapport personnalisé avec une part de voix

Notre approche

Formation par groupe de 10 participants maxi
Alternance théorie pratique / Validation des acquis
Exercices et étude de cas / Supports de cours
présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Audit téléphonique / **Evaluation de départ** / Suivi des inscriptions / Validation
des dossiers de formation dans un délai maximum d'un mois /
**Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons
à nous préciser votre handicap.**



Google Ads

Niveau intermédiaire et avancé

- Piloter une campagne avec un retour sur investissement
 - Optimiser à l'aide de mots-clés
 - Observer les termes de recherche
 - Définir le rôle de chaque mot-clé
 - Comprendre les correspondances
 - Exclure les mots-clés inutiles
 - Examiner les rapports AdWords variables
- **Conclure sur Google AdWords**

Notre approche

Formation par groupe de 10 participants maxi
Alternance théorie pratique / Validation des acquis
Exercices et étude de cas / Supports de cours
présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Audit téléphonique / **Evaluation de départ** / Suivi des inscriptions / Validation
des dossiers de formation dans un délai maximum d'un mois /
**Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons
à nous préciser votre handicap.**