



Formation Google Ads : Approfondissement

■ Durée :	1 jours (7 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	875,00 € HT (standard) 700,00 € HT (remisé)
■ Public :	Référenceurs, Chef de projet Web, Assistant E-Marketing
■ Pré-requis :	Avoir suivi "Google Ads : Initiation" ou disposer des connaissances équivalentes
■ Objectifs :	Savoir créer et optimiser une campagne sur Google Ads - Analyser les KPI de campagne
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	<ul style="list-style-type: none">• Formation synchrone en présentiel et distanciel.• Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum.• Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat.• Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	<ul style="list-style-type: none">• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation.• Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation.• Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques.• Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR758-F
■ Note de satisfaction des participants:	5,00 / 5
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73

■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Optimiser ses campagnes de recherche

A quel moment ajuster un enchère ou son budget ? Réécrire une annonce ?

Surveiller son niveau de qualité de mot clef

Personnaliser ses annonces : récupérer la requête de l'internaute, définir un timer...

Définir des ajustements d'enchère

Affiner les ciblage géographiques et temporels

Exclure des mots clefs de recherche

Se comparer à la concurrence

Atelier : Repérer les axes d'amélioration sur ses campagnes de recherche

Calculer un retour sur investissement

Comprendre le principe des conversions

Configurer ses conversions dans Google Ads

Lier les conversions à son site web

Importer des conversions de Google Analytics

Créer une campagne d'affichage - Google Ads Display

Paramétrer sa campagne Display

Définir son ciblage d'audience et/ou de contenu

Créer une annonce display responsive dans Google Ads

Savoir quels outils utiliser pour créer une bannière plus interactive

Utiliser les outils de bibliothèque partagée

Mettre en commun un budget pour plusieurs campagnes

Utiliser le remarketing au sein de Google Ads

Exclure des mots-clefs et emplacement pour toutes les campagnes

Changer de stratégie d'enchère

Comprendre le fonctionnement des autres types de campagne

Utiliser les campagnes vidéos pour Youtube

Mettre en avant ses produits avec des campagnes Shopping

Profiter de Gmail pour diffuser son offre grâce aux campagnes GSP

Aller plus loin avec Google Ads

Créer des rapports d'analyse et programmer un envoi par email

Etablir une liaison entre Google Ads et Google Analytics

Utiliser des annonces dynamiques (DSA)

Définir des règles automatiques

Utiliser Google Ads Editor

Conclusion

Adapter ses campagnes à ses objectifs publicitaires

Analyser et rechercher les axes d'optimisation

Questions/Réponses