

## Formation Google Ads : Initiation

■ <b>Durée :</b>	1 jours (7 heures)
■ <b>Tarifs inter-entreprise :</b>	875,00 € HT (standard) 700,00 € HT (remisé)
■ <b>Public :</b>	Webmasters, Chef de projet, Assistant E-Marketing
■ <b>Pré-requis :</b>	Connaissance du web et de son fonctionnement
■ <b>Objectifs :</b>	Connaître les types de campagnes Google Ads - Savoir créer et optimiser une campagne de recherche
■ <b>Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formation synchrone en présentiel et distanciel.</li><li>• Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum.</li><li>• Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat.</li><li>• Un formateur expert.</li></ul>
■ <b>Modalités d'évaluation :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation.</li><li>• Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation.</li><li>• Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques.</li><li>• Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.</li></ul>
■ <b>Sanction :</b>	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ <b>Référence :</b>	MAR589-F
■ <b>Note de satisfaction des participants:</b>	4,89 / 5
■ <b>Contacts :</b>	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ <b>Modalités d'accès :</b>	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.

■ <b>Délais d'accès :</b>	Variable selon le type de financement.
■ <b>Accessibilité :</b>	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

## **Comprendre les enjeux de Google Ads**

Définir ses objectifs

Connaître les principales évolutions de la plateforme

Savoir identifier les différents types de campagne

Comprendre les statistiques suivant les types de campagnes

## **Connaître la structure d'un compte Google Ads**

Quels sont les paramètres à définir dans une campagne ?

Comment organiser ses groupes d'annonces ?

Quels mots-clefs retenir ? Pour quel ciblage ?

Optimiser ses annonces (texte, bannières, vidéos, etc.)

## **Identifier les mots clefs d'une campagne de recherche**

Cibler les mots clefs principaux et secondaires

Utiliser l'outil de planification de mots clefs dans Google Ads

Prévoir une quantité de clic suivant les mots clefs retenus

Identifier l'enchère à placer pour un mot clef

Comprendre les types de correspondance sur les mots clefs

Définir une organisation en groupes d'annonces et campagnes

## **Atelier : Se créer une liste de mots clefs pour une campagne de recherche**

### **Créer une campagne de recherche - Google Ads Search**

Paramétrer sa campagne Search : budget, lieu, planification, etc.

Renseigner des extensions d'annonce

Créer des groupes d'annonces et y insérer les mots-clefs

Créer des annonces optimisées : annonce responsive et annonces textuelles grand format

Prévisualiser ses annonces directement dans Google Ads

## **Atelier : Créer une campagne de recherche suivant son activité**

## **Analyser la performance d'une campagne de recherche**

Identifier les impressions, clics, coûts...

Voir ce que les internautes ont recherché

Voir la performance suivant les zones géographiques

Analyser les jours et heures d'apparition

## **Atelier : Analyser les statistiques sur sa campagne**

### **Conclusion**

Les évolutions des campagnes de recherche

Définir quoi travailler en priorité

Questions/Réponses