

2024



FICHE DE
FORMATION

GOOGLE ADS

ORGANISME
DE FORMATION

<https://www.yuriandneil.com>

YURI & NEIL

DESCRIPTION

Dans cette formation de trois jours complets et pratiques sur le search engine marketing (SEM) et le display (PPC), les participants apprendront, étape par étape, à créer des campagnes qui généreront efficacement des leads, des ventes et du trafic web.

VOUS SEREZ CAPABLE DE

- Mettre en place une campagne de publicité Google Ads, Google Display et Google Shopping en partant de zéro
- Suivre les campagnes search en interne ou les confier à un fournisseur externe
- Analyser vos campagnes afin de les optimiser et maximiser le ROI

COMMENT VOUS APPRENDREZ

- L'assistance du formateur sur place ou via un outil de visio-conférence
- La mise en pratique en direct d'outils et de plateformes
- Des modèles et templates prêts à l'emploi
- Le support de présentation (version pdf) remis à la fin de la formation
- Un glossaire

COMMENT VOUS SEREZ ÉVALUÉ

Des quiz de validation de connaissances. Un certificat de réalisation des compétences sera délivré à la fin de la formation.

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Cette formation s'adresse à tous les publics. Aucun prérequis.

INFO PRATIQUES



5100€ HT
pour un groupe de 5 personnes
Nous contacter pour groupes de plus de 5
et sur mesure



Trois journées de formation de 7
heures de 9h30 à 17h30 avec une
pause déjeuner d'une heure



En présentiel ou en distanciel



Public en situation de handicap, nous
contacter : formation@yuriandneil.com

LE PROGRAMME

Module 1/Principes de base de la publicité sur les moteurs de recherche de Google

- Comment faire de la publicité sur Google Search (SEM)
- Pourquoi choisir Google ads ?
- Le fonctionnement des enchères des annonces Google
- Le principe de l'Ad Rank et sa méthode de calcul
- Structure d'un compte Google Ads, d'une campagne de recherche et d'un groupe d'annonces

Module 2/Configuration d'une campagne publicitaire Google Ads

- Création d'un compte Google Ads
- Exploration de l'interface du compte Google Ads
- Création d'une campagne Search (SEM)
- Options de ciblage géographique
- Stratégies d'enchères et de budgétisation
- Ciblage des mots-clés
- Rédaction d'annonces textuelles convaincantes
- Création d'extensions d'annonces de recherche
- Recherche de mots-clés à l'aide du planificateur de mots-clés Google
- Ajout de mots-clés négatifs
- Prévisualisation des annonces de recherche

Module 3/Mesure et optimisation d'une campagne Google Ads

- Configuration du suivi des conversions
- Compréhension de ses objectifs
- Amélioration des performances des annonces de recherche avec le score d'optimisation
- Augmentation des conversions avec Performance Planner

Module 4/Shopping

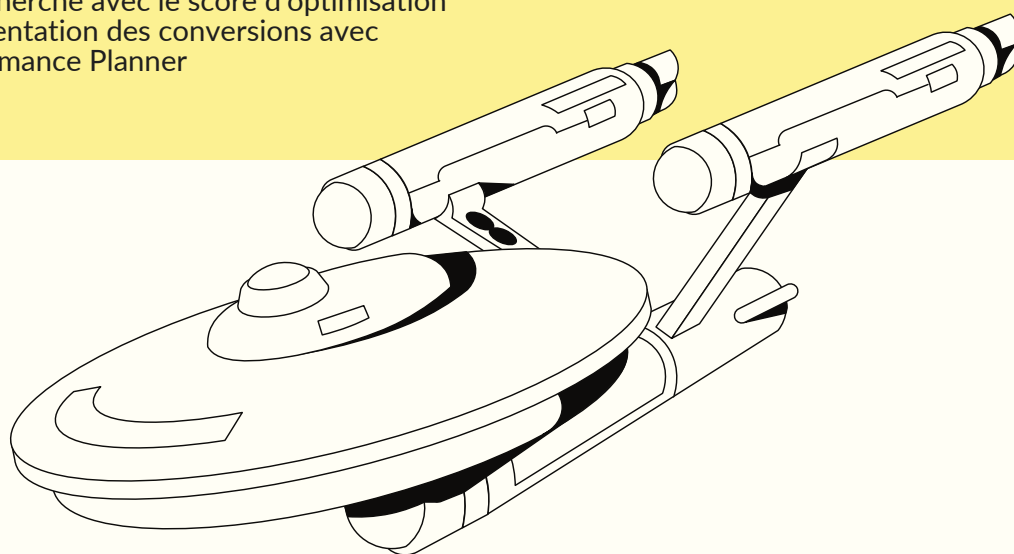
- Exploration de l'interface Google Merchant Center
- Paramétrage d'un flux produit
- Création et paramétrage d'une campagne Google Shopping

Module 5/ Principes de base de Google Display Advertising

- Comment faire de la publicité sur le Réseau Display de Google (GDN)
- Pourquoi Google Display Ads ?
- Comment vos annonces s'affichent-elles sur le Réseau Display de Google ?
- Structure d'un compte Google Display Ads, campagne d'affichage et groupe d'annonces

Module 6/ Configuration d'une campagne de publicité Google Display

- Création d'un compte Google Ads
- Exploration de l'interface du compte Google Ads
- Création d'une campagne de Google Display Ad
- Options de ciblage géographique
- Découverte des audiences spécifiques sur GDN (In-market, Affinity, Custom Intent, Remarketing, Website Placements, Topic targeting)



POSITIONNEMENT

a) Lors des premiers échanges avec nos équipes, vous allez ou avez renseigné un Questionnaire d'expression du besoin pour que :

- Que nous vous proposons un programme qui réponde pleinement à vos objectifs.
- Que vous exprimiez d'éventuelles attentes ou souhaits autour d'une situation professionnelle ou une question technique particulière.

Ce questionnaire prévoit également la prise en charge de situations ou difficultés tel un handicap physique. Une assistance sera alors au préalable envisagée au cas par cas.

b) Votre formation a pu ou pourra faire l'objet en amont d'un Questionnaire spécifique pour valider les prérequis identifiés dans la Fiche de formation.

Cette vérification est l'assurance que vous ne soyez pas mis en situation d'échec et que vous puissiez suivre la formation avec aisance.

c) Lors de votre inscription à la formation, nous vous avons envoyé ou nous vous enverrons un lien vers un Questionnaire de positionnement dématérialisé (Typeform/Digiforma).

Il est destiné au Formateur qui prend connaissance de votre activité et son environnement pour préparer au mieux la session.

MATÉRIEL

Pour participer à cette formation, vous devez disposer d'un ordinateur et d'une connexion Internet (un casque audio est également recommandé).

ACCÈS

Dans vos locaux ou nos locaux, ou en distanciel.

CALENDRIER

A définir