

## Programme de Formation Google Ads

MG Formation vous propose des formations adaptées aux réels besoins et attentes de ses apprenants. Pas de cours préenregistrés, vous êtes en direct avec votre formateur. Vous pourrez de ce fait aisément échanger avec lui ce qui vous permettra de bénéficier d'un accompagnement personnalisé tout du long de votre formation.

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 14 heures</li><li>• Formation à distance</li><li>• Horaires de la formation : 9h00 – 12h00<br/>13h30 – 17h30<br/>Horaires adaptables à vos disponibilités</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Attestation de fin de formation remise à la fin de la session</li><li>• Devis sur demande</li></ul> |
|---|---|

*Contenu de cours réalisé en conformité et en adéquation du référentiel de la certification visée.*

### Méthodes pédagogiques :

La formation se déroule sur un format 30/60/10 :

- ✓ **30% de Théorie** réalisé à travers un support type diaporama Powerpoint, vidéo, ... et/ou sur paperboard.
- ✓ **60% de Pratique** réalisé à travers des Travaux Pratiques, des études de cas, des exercices tout au long de la formation.
- ✓ **10% d'évaluation** continue réalisée à travers des QCM de niveaux permettant de s'assurer au fur et à mesure de la formation l'acquisition et la compréhension des nouvelles connaissances et l'atteinte des objectifs.

### Prérequis :

- ✓ Aucun.

### Objectifs :

A l'issue de cette formation, vous serait capable de :

- ✓ Réussir ses premières campagnes sur Google Ads.
- ✓ Générer du trafic ciblé sur son site Web et mesurer le ROI.

## Programme de la formation :

### 1 - Utiliser les liens sponsorisés

- Enjeux des liens sponsorisés : rentabilité, problématique de la fraude au clic, droit, RGPD.
- Les réseaux et formats publicitaires : Google Ads / AdSense, Bing...
- Les campagnes universelles : desktop, mobile, tablettes...
- Le mode de fonctionnement : systèmes d'enchères, Quality Score Google...
- L'interface Google Ads.
- Les différents types de campagnes : Search, Display, Youtube, Performance max, Shopping, Application.

### 2 - Définir sa stratégie de campagne

- Définir ses objectifs : vente, trafic...
- Définir un plan media publicitaire.
- Choisir sa période de diffusion et son ciblage.
- Budget et stratégie d'enchères.
- Complémentarité avec le référencement naturel.

### 3 - Créer une campagne Ads

- Paramétrer sa campagne.
- Choisir les mots-clés et leur ciblage.
- Déterminer ses enchères.
- Rédiger ses annonces.
- Les extensions d'annonces : annexes, appel, formulaire pour prospects, prix, promotion etc.
- Définir ses landing pages et les optimiser.
- Paramétrer le tracking statistique.
- Focus sur les campagnes mobiles.

### 4 - Créer des campagnes Display et Retargeting

- Principes et intérêts des campagnes Display et Retargeting.
- Les campagnes sur Youtube (Trueview instream, in-feed, bumper).
- Les campagnes Display.
- Les campagnes remarketing.

### 5 - Optimiser la performance des campagnes Ads

- Tableaux de bords de suivis.
- Analyse de la performance : choix des KPI's.
- Les actions correctives.
- Maîtriser Google Ads Editor.
- Optimiser ses landing pages via le test A/B avec Google Optimize.