

Tire le meilleur de Google Ads & crée tes 1ères campagnes redoutablement efficaces

Durée :

1 journée de formation (7h)

Présentiel : 9h > 12h30 - 13h30 > 17h

Distanciel : 4 x 1h45 sur 15 jours

Tarifs :

(6 participants maximums par formation)

Inter-entreprise : **550 € HT / participant ***

Intra-entreprise : **1 800 € HT / formation**

Formation sur mesure : [nous contacter](#)

* boissons chaudes et déjeuner inclus.



Objectifs :

– Cerner les problématiques et les enjeux du référencement payant avec Google Ads.

– Comprendre les techniques d'optimisation et leurs implications.

Prérequis :

Connaissance en marketing digital et en webmastering de sites internet.

Publics cibles :

Toute personne concernée par les projets Internet et de leurs aspects de communication.

Formateur :

Issu de l'agence [Periscope](#), **spécialisé en media buying et traffic management**, le formateur dispose de plusieurs années d'expérience qu'il mettra à profit pour faire découvrir de façon didactique l'ensemble des opportunités de ces réseaux.

Informations pratiques :

Les formations sont dispensées dans nos bureaux de Paris (9ème) ou de Clermont-Ferrand.

Les formations intra-entreprise peuvent être dispensées dans les locaux de votre entreprise sur demande. Des frais de déplacement peuvent être facturés en sus.

Formation accessible aux personnes handicapées !
Nous contacter au [04 73 93 12 12](tel:0473931212) pour en savoir plus.

Méthodes :

Pédagogie basée sur la pratique au travers de cas concrets et de retour d'expérience.

Pédagogie :

- _ Ateliers en intelligence collective
- _ Jeux ludo-pédagogiques
- _ Échanges de bonnes pratiques
- _ Entraînement par des mises en situation
- _ Support de formation téléchargeable

Évaluation & suivi :

- _ Émargement à la demi-journée
- _ Attestation d'assiduité
- _ Sondage entrant de compétence
- _ Quizz sortant d'évaluation



Programme de formation

Cours théorique

1. Contexte et enjeux

- _ Le marché, les acteurs et les outils
- _ Opportunités et avantages du SEA
- _ Quelques chiffres et tendances

2. Notions fondamentales SEA

- _ Présentation de la régie Google Ads et des réseaux publicitaires
- _ Explication sur le fonctionnement du SEA et des régies : niveau de qualité, classement...
- _ Présentation du Smart Bidding
- _ Les outils du SEA manager

3. Structure et mots clés

- _ Les objectifs de campagnes
- _ Bien structurer son compte
- _ Choisir les bons mots clés
- _ Principe de la longue traîne
- _ Les audiences en SEA

4. Rédaction des annonces

- _ Présentation des annonces et extensions
- _ Bonnes pratiques de rédaction
- _ Des exemples concrets

5. Suivi et analyse

- _ Le tracking des campagnes
- _ Les différents KPIs
- _ De l'analyse macro à micro
- _ Au delà de la transformation

6. Des stratégies différenciantes

- _ Le copywriting
- _ Les stratégies de géolocalisation
- _ L'utilisation des avis clients
- _ Les annonces Dynamiques
- _ Améliorer la synergie SEO/SEA

Exercices pratiques

_ **Apprendre à choisir les bons mots clés** et à évaluer les volumes de recherches disponibles.

_ **Définir le budget** nécessaire pour atteindre son objectif.

_ **Création d'une structure de compte complète** et prête à être utilisée sur Google Ads ou Bing Ads.

_ **Rédaction d'une série d'annonces** percutantes et adaptées à ses objectifs.