

## OPTIMISER LA PERFORMANCE DE SES ANNONCES SUR GOOGLE ADS

Ref : PUBL-ADS2-160

Page 1/2



## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Décrire les bases de fonctionnement de google ads
- . Différencier les campagnes intelligentes des campagnes classiques
- . Décomposer les différentes étapes d'une création de campagne classique
- . Utiliser l'assistant de google ads pour créer une campagne
- . Intégrer le mode rédactionnel des annonces de google ads
- . Analyser le rendement de ses annonces google ads

## PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à tout gérant d'entreprise ou salarié désirant se perfectionner dans l'utilisation de Google Ads pour créer des publicités sur le réseau de recherche de Google

## PRE-REQUIS ET POSITIONNEMENT

Un niveau de base en informatique est nécessaire et Il est conseillé d'avoir suivi une initiation à Google Ads préalablement, mais une évaluation des acquis avant l'inscription à la formation permettra de valider l'inscription définitive Un questionnaire de positionnement permettra d'adapter le rythme, le contenu et les exercices pratiques associés.. Materiel requis : un ordinateur portable

## DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 4 sessions pour une durée totale de 16 heures. L'effectif de stagiaires est basé sur un format de 1 à 8 personnes maximum. La formation se déroule en présentiel. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet.

## ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de COLOMAR Thibaut, diplômé d'un certificat professionnel auprès de la FFP et répondant à la norme de Qualité Qualiopi.

## SUIVI ET EVALUATION

L'évaluation des acquis du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quizz, d'exercices pratiques ou de contrôle continu. A la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours (papier ou numérique). Le stagiaire sera soumis à un questionnaire d'évaluation à chaud sur le déroulement de la formation (locaux, formateur, supports utilisés...). Le suivi concernant la mise en pratique et les bénéfices des éléments vus en formation sera effectué par le formateur dans les 3 mois qui suivent la fin de l'action de formation

## OUTILS ET METHODE PEDAGOGIQUES

Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : Paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices, support de cours).

**DATES ET LIEU DE FORMATION :**

Communiqués sur la convention de formation



**Durée :** 16 heures



**Groupe :** de 1 à 8 personnes

**CONTACT**

**COLOMAR Thibaut**

weboffice.formation@gmail.com

06 27 71 72 43

**Service administratif**

contact@web-office-formation.com

**OPTIMISER LA PERFORMANCE DE SES ANNONCES SUR GOOGLE ADS**

Ref : PUBL-ADS2-160

Page 2/2

**CONTENU DE LA FORMATION****A MISE A JOUR DE GOOGLE ADS**

- . Décrire les bases de fonctionnement de google ads
  - Mémoriser le vocabulaire spécifique au référencement et à googles ads
  - Intégrer les nouveautés et la nouvelle interface de google ads
- . Différencier les campagnes intelligentes des campagnes classiques
  - Lister les avantages et les inconvénients d'une campagne intelligente
  - Lister les avantages et les inconvénients d'une campagne classique
- . Décomposer les différentes étapes d'une création de campagne classique
  - Différencier les groupes d'annonce des annonces et des extensions
  - Définir une stratégie d'enchère en fonction d'un objectif
- . Utiliser l'assistant de google ads pour créer une campagne
  - Simuler une campagne avec le nouvel outil spécifique de google ads
  - Paramétrer une campagne, son audience et sa publication

**B LES ETAPES D'UNE CAMPAGNE ET D'ANNONCE GOOGLE ADS**

- . Décomposer les différentes étapes d'une création de campagne classique
  - Différencier les groupes d'annonce des annonces et des extensions
  - Définir une stratégie d'enchère en fonction d'un objectif
- . Utiliser l'assistant de google ads pour créer une campagne
  - Simuler une campagne avec le nouvel outil spécifique de google ads
  - Paramétrer une campagne, son audience et sa publication
- . Intégrer le mode rédactionnel des annonces de google ads
  - Lister les points forts de son entreprise et choisir une offre commerciale
  - Utiliser les codes de rédaction de google ads pour inciter au clic
- . Analyser le rendement de ses annonces google ads
  - Énumérer les avantages à créer une rotation de plusieurs annonces
  - Relier google ads au google analytics relié à son site internet

**OPTIMISER LA PERFORMANCE DE SES ANNONCES SUR GOOGLE ADS**

Ref : PUBL-ADS2-160

Page 3/3

**CONTENU DE LA FORMATION**