

Formation Google Adwords (2 Jours)



Présentation de la formation

La publicité en ligne fait maintenant partie intégrante des stratégies marketing des sociétés présentes sur le Web. Créer une campagne Google Ads (ex AdWords) est la solution la plus rapide pour générer rapidement du trafic qualifié sur votre site.

Pré-requis & Participants

Aucun prérequis, ouvert à tous - Niveau Moyen / Formation individuelle ou en groupe. Des outils, supports et exercices pédagogiques seront proposés.

Public

Artisans, Chef d'entreprise, conjoints & salariés d'entreprise

Objectifs

- Comprendre l'intérêt/le fonctionnement de Google Ads sur le réseau de recherche+display
- Créer ses propres campagnes
- Assurer le suivi et l'optimisation des campagnes Adwords

2 journées de 7 heures

14 heures

Programme

JOUR 1 – MATIN : Utiliser les liens sponsorisés

- 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

JOUR 1 –APRES-MIDI : 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

Formation Google Adwords (2 Jours)

JOUR 2 – MATIN : Créer une campagne Ads

- Paramétrer sa campagne
- Choisir les mots-clés et leur ciblage
- Déterminer ses enchères
- Rédiger ses annonces
- Les extensions d'annonces : lieu, appel, liens, avis, produits
- Définir ses landing pages et les optimiser
- Paramétrer le tracking statistique
- Focus sur les campagnes mobiles

JOUR 2 –APRES-MIDI : Optimiser la performance des campagnes Ads

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

Formation Google Adwords (2 Jours)

Déroulé pédagogique journée 1

Durée	Intitulé de Séquence	Objectifs de la séquence	Contenus / Activités	Modalités pédagogiques	Moyens Pédagogiques	Modalités de secours
30min	Introduction du programme de la journée	<ul style="list-style-type: none"> Accueillir les participant Introduire la journée 	<ul style="list-style-type: none"> Accueil des participants Tour de table des participants Émargements et Questionnaire 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants 	<ul style="list-style-type: none"> Salle de formation Vidéoprojecteur Fiches émargements Questionnaire entrée 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Utiliser les liens sponsorisés	<ul style="list-style-type: none"> Comprendre l'intérêt/le fonctionnement de Google Ads 	<ul style="list-style-type: none"> Définir ses objectifs : vente, trafic Définir un plan media publicitaire 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants Démonstrations 	<ul style="list-style-type: none"> Vidéoprojecteur Ordinateur Diaporama 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Utiliser les liens sponsorisés	<ul style="list-style-type: none"> Comprendre l'intérêt/le fonctionnement de Google Ads 	<ul style="list-style-type: none"> Choisir sa période de diffusion et son ciblage Budget et stratégie d'enchères 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants Démonstrations Exercices pratiques 	<ul style="list-style-type: none"> Vidéoprojecteur Ordinateur Diaporama 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
PAUSE DEJEUNER						
1h30	Définir sa stratégie de campagne	<ul style="list-style-type: none"> Créer ses propres campagnes 	<ul style="list-style-type: none"> Définir ses objectifs : vente, trafic Définir un plan media publicitaire 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants Exercices pratiques Démonstrations 	<ul style="list-style-type: none"> Vidéoprojecteur Ordinateur Diaporama 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Définir sa stratégie de campagne	<ul style="list-style-type: none"> Créer ses propres campagnes 	<ul style="list-style-type: none"> Choisir sa période de diffusion et son ciblage Budget et stratégie d'enchères 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants Démonstrations 	<ul style="list-style-type: none"> Vidéoprojecteur Ordinateur 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
30min	Conclusion du Module & préparation de la 2ème journée	<ul style="list-style-type: none"> Valider les acquis Conclure le module Evaluer la satisfaction des participants 	<ul style="list-style-type: none"> Tour de table, bilan collectif de la Journée Émargements 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants Bilan collectif oral 	<ul style="list-style-type: none"> Vidéoprojecteur Feuilles émargement 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.

Déroulé pédagogique journée 2

Durée	Intitulé de Séquence	Objectifs de la séquence	Contenus / Activités	Modalités pédagogiques	Moyens Pédagogiques	Modalités de secours
30min	Introduction du programme de la journée	<ul style="list-style-type: none"> Accueillir les participant Introduire la journée 	<ul style="list-style-type: none"> Accueil des participants Tour de table des participants Émargements et Questionnaire 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants 	<ul style="list-style-type: none"> Salle de formation Vidéoprojecteur Fiches émargements Questionnaire à chaud 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Créer une campagne Ads	<ul style="list-style-type: none"> Créer ses propres campagnes 	<ul style="list-style-type: none"> aramétriser sa campagne Choisir les mots-clés et leur ciblage Déterminer ses enchères Rédiger ses annonces 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants Démonstrations 	<ul style="list-style-type: none"> Vidéoprojecteur Ordinateur Diaporama 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Créer une campagne Ads	<ul style="list-style-type: none"> Créer ses propres campagnes 	<ul style="list-style-type: none"> Définir ses landing pages et les optimiser Paramétrer le tracking statistique Focus sur les campagnes mobiles 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants Démonstrations 	<ul style="list-style-type: none"> Vidéoprojecteur Ordinateur Diaporama 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
PAUSE DEJEUNER						
1h30	Optimiser la performance	<ul style="list-style-type: none"> Assurer le suivi et l'optimisation 	<ul style="list-style-type: none"> Tableaux de bords de suivis Analyse de la performance : choix des KPI's Les actions correctives 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants Exercices pratiques Démonstrations 	<ul style="list-style-type: none"> Vidéoprojecteur Ordinateur Diaporama 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Optimiser la performance	<ul style="list-style-type: none"> Assurer le suivi et l'optimisation 	<ul style="list-style-type: none"> Maîtriser Google Adwords Editor Optimiser ses landing pages via le test A/B 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants Démonstrations 	<ul style="list-style-type: none"> Vidéoprojecteur Ordinateur 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
30min	Conclusion du Module & préparation de la 2ème journée	<ul style="list-style-type: none"> Valider les acquis Conclure le module Evaluer la satisfaction des participants 	<ul style="list-style-type: none"> Tour de table, bilan collectif de la Journée Émargements 	<ul style="list-style-type: none"> Face à Face / Diaporama Échanges avec participants Bilan collectif oral 	<ul style="list-style-type: none"> Vidéoprojecteur Feuilles émargements Questionnaire de fin 	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.