

La formation en résumé

En complément du référencement naturel, réaliser une campagne publicitaire payant sur différents supports s'avère très pertinent pour optimiser la communication de son entreprise et développer sa visibilité sur le web. Stratégie de campagne, choix des types de campagnes, choix des mots-clés, rédaction des annonces, ... Cette formation **Google Ads** vous permet de mettre en place une stratégie de communication et de marketing efficace et d'analyser directement son retour sur investissement

Objectifs :

- Comprendre le fonctionnement de la plus grosse plateforme de communication web : Google Ads (SEA)
- Faire ses premiers pas dans l'interface
- Etre capable de paramétrier, d'optimiser sa campagne de communication web

Participants :

Tout dirigeant ou collaborateur souhaitant promouvoir son entreprise sur Google Ads

Prérequis :

- Utilisation courante d'Internet

Le contenu

Définition et stratégie de référencement payant

- Définition du référencement payant et de Google Ads
- Panorama des différents réseaux de Google Ads : search, display, vidéo, shopping
- Différents types de campagnes pour différents objectifs et cibles

Présentation de Google Ads

- Parler le langage Google Ads
- La présentation de Google Ads : l'interface
- Le paramétrage de son compte Google Ads

Le fonctionnement de Google Ads

- L'arborescence de campagne
- Les campagnes dans Google Ads
- Les groupes d'annonces

Les enchères et les concurrences

- Création et pilotage d'une campagne de search dans Ads
- Le choix des bons mots-clés
- La rédaction des annonces

Optimisation de sa campagne

- Les landing Pages
- L'optimisation continue des annonces et des mots-clés
- La lecture et l'analyse des bons KPI

535 €

(non assujetti à la TVA)



1 jours



(7 heures)

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 03/04
- 05/06
- 09/10
- 04/12

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 03/06
- 04/12

Roanne - 04 77 44 54 69

- 03/06
- 04/12

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises.
Support de formation remis aux participants.
Groupe de 3 à 12 participants maximum.
Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur. Un questionnaire d'Analyse des besoins et de positionnement sera envoyé en amont.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

