Google Ads,
Les fondamentaux - *Niv.1*

WEB | MARKETING

Google Ads

Eligible CPF : NON

Durée : 7H / 1J

Tarif : 480 €

Groupe : 4 max.

Formateur :
Consultant expert en référencement payant et certifié Google Ads.
Formateur confirmé.

Objectifs :
Exploiter la plateforme, l'outil Google Ads de façon optimale.

Profil stagiaire :
Responsable marketing et communication, Webmasters, Traffic manager.

Prérequis :
Avoir un compte Google Ads actif.

formation@effiskill.com
04 72 18 51 18

Consultez notre offre :

www.effiskill.com

Google Ads *(Adwords)* est un outil puissant pour conquérir des nouveaux clients !
Du fait de sa performance, la plateforme Google Ads est composée de nombreux facteurs interactifs qui rendent complexe le paramétrage, la gestion du compte et des campagnes.
Cette formation vous permettra de vous approprier les fondamentaux de la plateforme Google Ads pour créer vos premières campagnes avec efficience.

Compétences visées :

- Savoir créer et paramétrer un compte Google Ads et des campagnes.
- Savoir choisir ses mots-clés et optimiser ses expressions avec les outils Google.
- Savoir rédiger des annonces en intégrant les bonnes pratiques.
- Savoir mesurer les performances des campagnes : coût par clic, taux de clic.

Programme :

Présentation de l'interface et définitions :
Rappels référencement global, structure de la page de résultats Google.
Les deux familles de réseaux : Recherche et Display.
Structure d'un compte Ads, Campagnes, Groupes d'annonces, Mots-clés, Annonces.
Principales définitions : CTR, CPC, Taux d'impression, Niveau Qualité.

Les campagnes :
Création et paramètres généraux - Choix des réseaux – Type d'appareils.
Le ciblage géographique, définir les zones et les options de situation.
Fixer son budget – Les options d'enchères et la priorité aux clics.
Segmentation des groupes d'annonces – Création – Nomination.

Les mots clés :
Outil de planification des mots-clés.
Typologie : Requête large - Mot clé exact – Expression exacte - ...
Le rapport sur les termes de recherche : les mots clés et expressions à exclure.
Le simulateur d'enchère – Fixer le CPC max. / Niveau de qualité.
Evaluation du positionnement – Le CTR.

Les annonces :
Les différents types d'annonces (textuelles, grand format, responsive ...).
Savoir titrer avec des mots clés.
Annonce textuelle : inciter à l'action, communiquer un détail, date, tarif.
Pertinence de la page de destination, l'URL.
La rotation des annonces.
Les différents types d'extensions d'annonces : notions.

Optimisation du compte :
Identifier et utiliser les données clés pour améliorer les performances.
Optimiser ses campagnes et groupes d'annonces.
Analyser, comprendre et optimiser ses mots-clés.

Choix pédagogiques :

Formation opérationnelle composée de nombreux exercices et d'études de cas directement liés et appliqués à des campagnes existantes.
Validation des acquis par des mises en application.
L'attestation de formation et sa fiche d'évaluation sont délivrées à l'issue de la formation.