



Google Ads

**Eligible CPF : NON**

**Durée :** Sur devis (7H/1J)

**Tarif :** Sur devis

**Groupe :** 4 max.

**Formateur :**

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

**Objectifs :**

Améliorer la performance des campagnes Google Ads.


**Profil stagiaire :**

Toute personne chargée de la gestion d'un compte Google Ads.

**Prérequis :**

Connaître les fondamentaux de Google Ads et gérer un compte actif.

 formation@effiskill.com

 04 72 18 51 18

Consultez notre offre :

[www.effiskill.com](http://www.effiskill.com) 

## Google Ads<sup>®</sup>, les fonctions avancées - Niv.2

Cette formation est réalisée sur demande en intra-entreprise, par conséquent le programme ci-dessous sera personnalisé en fonction des acquis des participants et des objectifs exprimés au consultant formateur lors d'un entretien de préparation.

Google Ads comporte de nombreux facteurs interactifs qui rendent complexe l'optimisation des campagnes et le ROI.  
Cette formation vous propose de connaître les bonnes pratiques et leviers pour optimiser la rentabilité de vos campagnes.

**Compétences visées :**

- > Savoir paramétrer ses campagnes en fonction de ses objectifs.
- > Analyser ses mots-clés (enrichir et exclure) pour répondre à une stratégie.
- > Savoir optimiser la rédaction des paramètres en ayant une vision globale.
- > Savoir analyser ses performances par le biais de Reporting et Google Analytics.

**Programme :**

**Notions fondamentales :**

Les familles de réseaux : Recherche, Display, Shopping, YouTube.  
Structure d'un compte : campagnes, groupes d'annonces, mots-clés, annonces.  
Paramètres des campagnes : objectif cible, budget, typologie d'enchères, ...  
Annonces et extensions (lien GMB, appel...).

**Les campagnes :**

Paramétrage avancé des campagnes en adéquation avec la structure du site Web.

Segmentation par typologie d'appareils pour une analyse plus poussée.  
Définir la stratégie d'enchère en fonction de ses objectifs.

Campagne Google Shopping : quelles différences ?

Création d'extensions (Appel, lieu, accroche) au niveau du compte, d'une campagne.

**Les mots clés et expressions :**

Principe et utilisation de Balise Keyword.

Ajout / exclusion de mots-clés.

Répartition par groupe d'annonces en fonction des objectifs.

Travail des enchères : quelles bonnes pratiques ?

Niveau de qualité – Positionnement – CTR.

**Paramètres en fonction des objectifs :**

Paramétrer une campagne Search – Display – Shopping ou YouTube.

Travail de tracking sur les URLs en fonction des besoins.

Suivi des conversions et travail par segment.

Mise en place de libellés pour optimiser les rapports.

Travail des audiences pour favoriser du remarketing.

**Reporting & Google Analytics :**

Google Data Studio : un outil complémentaire.

Google Analytics et les données Google Ads.

Télécharger des rapports et traiter les données.

**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.

Attestation et sa fiche d'évaluation délivrées à l'issue de la formation.