



Formation campagnes Google Ads

Création, mise en forme, publication et évaluation de campagne Google Ads

DURÉE:

0.5 à 2 jours

selon les modalités d'organisation et le nombre de participants

PUBLIC CIBLE:

- chargés de communication
- chargés de marketing
- chefs d'entreprise
- freelances
- community managers
- responsables d'organisation
- commerciaux
- ...
- indépendants

AVANTAGES:

- **100% Subsidée par la Région wallonne avec les chèques-formation**
- **80% pratique et 20% théorique** (contenu actualisé et basé sur des cas concrets)
- Travail pratique axé sur le projet professionnel des participants
- **Petit groupe de participants privilégié** pour un maximum d'interactivité et de pratique

Contexte

Saviez-vous que Google reste le premier site le plus consulté au monde et que 75% des recherches sur le web se font via son moteur ? Être visible rapidement sur Google est un enjeu primordial pour toute entreprise, de produits ou de services. Comment se faire une place parmi les annonceurs de Google en maîtrisant son budget ? C'est tout l'enjeu d'une campagne Adwords bien réfléchiée et bien optimisée !

Cette formation vous aide à comprendre les possibilités de Google Ads (anciennement Adwords). Familiarisez-vous avec ses différentes plateformes publicitaires (Youtube, Search, Display, Google Shopping, ...). Et évaluez quels types de campagnes sont les plus pertinents pour vos objectifs marketing et votre business.

Objectifs

1.

Découvrir les spécificités de chaque plateforme publicitaire de Google Ads (Display, Search, Youtube, Google Shopping, Gmail,...)

2.

Paramétrer efficacement un compte Google Ads (administrateurs, paramètres de paiement et de facturation, ...)

3.

Comprendre le fonctionnement d'une campagne Ads (enchères, budget, format d'annonces, ciblage d'audience et de territoire, impressions, position sur la page Google Search,...)

4.

Structurer une campagne Ads de façon efficace (comment définir ses groupes d'annonces, comment rédiger et décliner ses annonces au format standard et dynamique, comment choisir ses mots clés, comment intégrer différentes langues,...)

5.

Appréhender le contexte concurrentiel (identifier ses concurrents, déterminer ses enchères et son budget, définir et limiter son territoire, ...)



Formation
labellisée
chèques
formation
Région
wallonne.

**6.**

Lancer et évaluer les performances d'une campagne Ads (KPI's, statistiques, performances,...)

7.

Optimiser les résultats d'une campagne sur la durée

Programme

- Panorama des **plateformes de publicité en ligne** : Social medias Vs. Google Ads.
- Comment le **SEO** (référencement naturel) et le **SEA** sont-ils complémentaires ?
- Les **comportements des utilisateurs** : comment influencent-ils la façon dont vous devez envisager vos campagnes avec la régie publicitaire Google ?
- Comparatif et spécificités des **plateformes publicitaires** chez Google : Youtube, Search, Display, Shopping ;
- Découvrez les **types de campagnes** et définissez l'**objectif** de campagne le plus adapté à vos besoins (générer du trafic en magasin, e-commerce, déclencher des appels,...) ;
- **Stratégies d'enchères** : comprendre et sélectionner la bonne stratégie d'enchères (CPM, CPC, CPV,...) ;
- Sélectionner les **meilleurs mots clés pour vos annonces** ;
- Apprenez les **règles de rédaction des annonces Google** et rédigez des annonces efficaces ;
- Agrémentez vos annonces d'**options qui convertissent** (jongler avec les extensions d'annonces, les liens annexes, l'appel téléphonique, extensions d'adresse, de prix, ...)
- Comprendre le **tableau de bord Ads et ses options de personnalisation** (rapport personnalisés) ;
- Comprendre et suivre les **KPI's pertinents** pour vos **campagnes** (CPC, CPM, enchères, CTR, conversions,...).

Formules adaptées

FORMULE

Débutant

FORMULE

Avancé

FORMULE

Confirmé

Vous êtes intéressé ?

Faites-moi signe !

hello@cygnum.be

+32 478 62 08 41