DAWAN

Plan de la formation

www.dawan.fr

Formation Google Ads : Approfondissement

Durée :	1 jours (7 heures)
Tarif :	875,00 € (standard) 700,00 € (remisé)
Public :	Référenceurs, Chef de projet Web, Assistant E-Marketing
Pré-requis :	Avoir suivi "Google Ads : Initiation" ou disposer des connaissances équivalentes
Objectifs :	Savoir créer et optimiser une campagne sur Google Ads - Analyser les KPI de campagne
Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
Référence:	E-M758-F
Note de satisfaction des participants:	5,00 / 5

Optimiser ses campagnes de recherche

A quel moment ajuster un enchère ou son budget ? Réécrire une annonce ?
Surveiller son niveau de qualité de mot clef
Personnaliser ses annonces : récupérer la requête de l'internaute, définir un timer...
Définir des ajustements d'enchère
Affiner les ciblage géographiques et temporels
Exclure des mots clefs de recherche
Se comparer à la concurrence

Atelier : Repérer les axes d'amélioration sur ses campagnes de recherche

Calculer un retour sur investissement

Comprendre le principe des conversions
Configurer ses conversions dans Google Ads
Lier les conversions à son site web
Importer des conversions de Google Analytics

Créer une campagne d'affichage - Google Ads Display

Paramétrer sa campagne Display
Définir son ciblage d'audience et/ou de contenu
Créer une annonce display responsive dans Google Ads
Savoir quels outils utiliser pour créer une bannière plus interactive

Utiliser les outils de bibliothèque partagée

Mettre en commun un budget pour plusieurs campagnes
Utiliser le remarketing au sein de Google Ads
Exclure des mots-clefs et emplacement pour toutes les campagnes
Changer de stratégie d'enchère

Comprendre le fonctionnement des autres types de campagne

Utiliser les campagnes vidéos pour Youtube
Mettre en avant ses produits avec des campagnes Shopping
Profiter de Gmail pour diffuser son offre grâce aux campagnes GSP

Aller plus loin avec Google Ads

Créer des rapports d'analyse et programmer un envoi par email
Etablir une liaison entre Google Ads et Google Analytics
Utiliser des annonces dynamiques (DSA)
Définir des règles automatiques
Utiliser Google Ads Editor

Conclusion

Adapter ses campagnes à ses objectifs publicitaires
Analyser et rechercher les axes d'optimisation
Questions/Réponses