

Formation Google Ads : Initiation + Approfondissement

Durée :	2 jours
Public :	Webmasters, Chef de projet, Assistant E-Marketing
Pré-requis :	Connaissance du web et de son fonctionnement
Objectifs :	Connaître les types de campagnes Google Ads - Savoir créer et optimiser une campagne - Analyser les KPI de campagne
Sanction :	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
Taux de retour à l'emploi:	Aucune donnée disponible
Référence:	E-M811-F
Note de satisfaction des participants:	4,99 / 5

Comprendre les enjeux de Google Ads

- Définir ses objectifs
- Connaître les principales évolutions de la plateforme
- Savoir identifier les différents types de campagne
- Comprendre les statistiques suivant les types de campagnes

Connaître la structure d'un compte Google Ads

- Quels sont les paramètres à définir dans une campagne ?
- Comment organiser ses groupes d'annonces ?
- Quels mots-clefs retenir ? Pour quel ciblage ?
- Optimiser ses annonces (texte, bannières, vidéos, etc.)

Identifier les mots clefs d'une campagne de recherche

- Cibler les mots clefs principaux et secondaires
- Utiliser l'outil de planification de mots clefs dans Google Ads
- Prévoir une quantité de clic suivant les mots clefs retenus
- Identifier l'enchère à placer pour un mot clef
- Comprendre les types de correspondance sur les mots clefs
- Définir une organisation en groupes d'annonces et campagnes

Atelier : Se créer une liste de mots clefs pour une campagne de recherche

Créer une campagne de recherche - Google Ads Search

- Paramétrer sa campagne Search : budget, lieu, planification, etc.
- Renseigner des extensions d'annonce
- Créer des groupes d'annonces et y insérer les mots-clefs
- Créer des annonces optimisées : annonces responsive

Prévisualiser ses annonces directement dans Google Ads

Atelier : Créer une campagne de recherche suivant son activité

Analyser la performance d'une campagne de recherche

Identifier les impressions, clics, coûts...
Voir ce que les internautes ont recherché
Voir la performance suivant les zones géographiques
Analyser les jours et heures de diffusion

Atelier : Analyser les statistiques sur sa campagne

Optimiser ses campagnes de recherche

A quel moment ajuster une enchère ou le budget ? Réécrire une annonce ?
Surveiller le 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