

## Formation Google Ads : Initiation

<b>Durée :</b>	1 jours
<b>Public :</b>	Webmasters, Chef de projet, Assistant E-Marketing
<b>Pré-requis :</b>	Connaissance du web et de son fonctionnement
<b>Objectifs :</b>	Connaître les types de campagnes Google Ads - Savoir créer et optimiser une campagne de recherche
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	E-M589-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	4,89 / 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 : annonce responsive et annonces textuelles grand format

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 d'apparition

### **Atelier : Analyser les statistiques sur sa campagne**

#### **Conclusion**

Les évolutions des campagnes de recherche  
Définir quoi travailler en priorité  
Questions/Réponses