

Déroulé de l'action

Modalités

Session Inter-ou Intra
En présentiel/Classe Virtuelle

Horaires

9H00-12H30 /13H30-17H00

Méthode pédagogique

Alternance exposés
théoriques
et exercices pratiques
(80% de pratique)

Suivi et assistance

Support de cours adapté
Assistance téléphonique
gratuite et illimitée

Modalité d'évaluation

Evaluation formative au
travers de nombreux
exercices tout au long de la
formation permettant de
valider les compétences
acquises.
Attestation de stage
Emargement quotidien d'une
feuille de présence

Accessibilité aux personnes handicapées

Pour tout besoin
d'adaptation, retrouver le
contact de notre référent
handicap et les modalités
d'accueil sur la page : [Infos
pratiques/Situation de
Handicap](#)

Google Adwords – Maitriser la gestion de ses campagnes publicitaires

Objectif : Créer et optimiser vos campagnes pour générer du trafic complémentaire au référencement naturel sur vos sites Web. Sélectionner vos mots clefs, déterminer le budget.

Public : Toute personne devant gérer des campagnes publicitaires sur le Web.

Prérequis : Posséder les bases Windows et Navigation Internet

- 2 jours -

Les fondamentaux d'Adwords

- Stratégie de liens sponsorisés
- Concept de liens sponsorisés
- Pourquoi utiliser Google Ads ?
- Différence entre Google Ads Express (Performance Max) et Google Ads
- Gestion du compte

Créer et organiser sa campagne

- Le choix d'un objectif de campagne
- Quel type de campagne choisir
- Créer sa première annonce textuelle
- Qu'est-ce que le niveau de qualité (Quality score)

Gérer les mots-clés

- Recherche de mots clés
- Les types de correspondance des mots clés
- Les variantes proches d'un mot clé
- Gestion des mots clés
- Etat des mots clés
- Optimiser les mots clés
- Optimiser vos annonces

Gérer le Budget et les enchères

- Définir le budget
- Les enchères
- Position des enchères
- Ajustement des enchères
- Quel montant sera facturé ?

Gérer les extensions d'annonces

- Principe
- Ajout d'une extension
- Les extensions de liens annexes
- Les extensions de lieu
- Les extensions d'appels
- Les extensions d'avis
- Les extensions d'application
- Les extensions d'accroche supplémentaire

Déroulé de l'action

• Modalités

Session Inter-ou Intra
En présentiel/Classe Virtuelle

• Horaires

9H00-12H30 /13H30-17H00

• Méthode pédagogique

Alternance exposés
théoriques
et exercices pratiques
(80% de pratique)

• Suivi et assistance

Support de cours adapté
Assistance téléphonique
gratuite et illimitée

• Modalité d'évaluation

Evaluation formative au
travers de nombreux
exercices tout au long de la
formation permettant de
valider les compétences
acquises.
Attestation de stage
Emargement quotidien d'une
feuille de présence

• Accessibilité aux personnes handicapées

Pour tout besoin
d'adaptation, retrouver le
contact de notre référent
handicap et les modalités
d'accueil sur la page : [Infos
pratiques/Situation de
Handicap](#)

Google Adwords – Maitriser la gestion de ses campagnes publicitaires

Utiliser Google Shopping

- Création d'un flux de produit
- Intégration vers Google Merchant Center
- Validation et optimisation des fiches produits
- Création de la campagne Google Shopping

Créer une campagne Marque

- Quel intérêt d'avoir une campagne marque ?
- Comment la créer ?

Analyser et optimiser

- Lier Google Adwords à Analytics
- Tableaux de bords de suivis
- Définir des indicateurs de performance (KPI)

Travaux pratiques

- **Pour chaque point du programme abordé** : Présentation et démonstration par le formateur, mise en pratique sur les fonctionnalités abordées par le stagiaire avec l'appui du formateur et du groupe, feedbacks du formateur tout au long de l'activité