

## DECOUVRIR ET MENER LES DIFFERENTS TYPES DE CAMPAGNES PUBLICITAIRES

### En résumé

Un parcours de formation action personnalisé pour découvrir et mener les différents types de campagnes publicitaires. Les campagnes publicitaires sur le web représentent aujourd'hui des milliards d'investissements. Or, réussir une campagne publicitaire nécessite une bonne connaissance des fonctionnalités de Google Ads, de maîtriser les différentes phases de lancement d'une campagne et d'avoir une vision complète de toutes les solutions publicitaires existantes sur le marché. C'est ce que vous propose cette formation qui vous donne les clés et techniques pour

### Objectifs

À l'issue du parcours, vous serez en capacité de :

- Maîtriser l'ensemble des phases de lancement d'une campagne; objectif, ciblage, paramétrage, suivi,
- Découvrir et connaître les autres sources publicitaires : affiliation, retargeting, RTB.

### » Participant

Cette formation s'adresse aux responsables web, chefs de projet web, webmasters, chargés de communication, community managers, web marketeurs.

### » Pré-requis

Il est demandé de connaître les fonctionnalités de base de Google Ads ou avoir suivi la formation " Mener des campagnes publicitaires avec Google Ads" .

## Programme

### Fonctionnalités avancées de Google Ads

Les extensions d'annonces et les priorisations d'enchères  
Optimisation des campagnes via les termes de recherche des consommateurs  
L'analyse des KPI et des leviers d'optimisation de ses campagnes en cours

### Autres formats de Google Ads : le Display, la Vidéo, le Shopping

La création de campagnes Display dans Google Ads  
Les différents formats Vidéos et la création de campagnes  
Maximiser vos ventes via les campagnes Shopping Shopping et fonctionnement de Google Merchant Center

### Le concurrent direct : Bing Ads

Fonctionnement de l'outil et la création de campagnes  
Les spécificités de l'outil et l'import de Campagne depuis Google Ads

### Le retargeting et la relance de panier

Retargeting et relance panier : des objectifs distincts  
Le retargeting comme moteur de conversion ou de notoriété  
Outils avec rémunération à la performance  
Mettre en place le retargeting dans Google Ads

### Les autres formes de publicités online

Qu'est-ce que la publicité programmatique et le RTB ?  
Les places de marché publicitaires ou Ad Exchange  
La publicité via les influenceurs  
Maîtriser le principe de l'affiliation : stratégie, bonnes pratiques et outils  
Le native advertising ou publicité camouflée

## DECOUVRIR ET MENER LES DIFFERENTS TYPES DE CAMPAGNES PUBLICITAIRES

### Méthodes, moyens et suivi

#### » Méthodes pédagogiques

- Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.
- Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
- Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
- Support de formation remis aux participants.

#### » Moyens techniques

#### » Moyen d'appréciation de l'action

Lors de la formation, les participants sont soumis à des mises en situation, des exercices pratiques, des échanges sur leurs pratiques professionnelles permettant un contrôle continu de leur progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

#### » Suivi de l'action

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mises en pratiques, présentations ... qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

#### » Accessibilité

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite.

CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation.

N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent Handicap pour que nous étudions votre demande.

Un conseiller formation vous répondra sous 48h.

## DECOUVRIR ET MENER LES DIFFERENTS TYPES DE CAMPAGNES PUBLICITAIRES

### Évaluations de la formation

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur. Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

### Intervenant

Cette formation est animée par un consultant professionnel formateur spécialisé dans les domaines de formation.

Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

### Formation en InterIntra

800€ net de taxe / personne certification non comprise

### Durée

1 jour(s)  
7 heure(s)

### Autres détails