

Digital | Webmarketing

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 créer et optimiser votre campagne publicitaire web.

Maîtriser la publicité en ligne et savoir piloter des campagnes efficaces fait partie des compétences clés pour compléter la stratégie d'acquisition d'une entreprise en ligne. Cette formation vous apprendra à optimiser vos actions sur des plateformes d'achat de trafic telles que Google Ads et Bing Ads. Vous vous perfectionnerez dans des techniques avancées : retargeting ou publicité native. Ce cursus inclue la publicité programmatique et le RTB. Vous saurez également vous démarquer en exploitant le potentiel des influenceurs et de l'affiliation marketing.

Ces formations pourraient également vous intéresser :

- [Formation pub réseaux sociaux.](#)
- [Formation Déployer une communication numérique en entreprise](#) vous permettant de valider un **Certificat de Compétence en Entreprise éligible au financement CPF**, Vous pouvez vous inscrire [ICI](#).

À qui s'adresse la formation ?

Public

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

Prérequis

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



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,

Durée

1 jour(s) / 7 heure(s)

Effectif

De 3 à 8 stagiaires

Tarif

800 € NET

Code RNCP / RS

NA

Référence

MRNV-0000-DMCP-01

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



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.

Suivi d'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.



Intervenants

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.



Évaluation

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.