Digital | Webmarketing

MENER DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES AVEC GOOGLE ADS (SEA)

En résumé

Un parcours de formation action personnalisé pour se familiariser avec l'environnement Google, d'en comprendre les mécanismes pour mettre en place une campagne de communication web efficace et d'en analyser les résultats.
Le référencement payant (SEA) est un moyen très efficace de compléter le référencement naturel (SEO) pour développer la visibilité d'une entreprise sur le web.

Durée
1 jour(s) / 7 heure(s)

Effectif
De 3 à 8 stagiaires

Tarif
800 € NET

Code RNCP / RS
NA

Référence
DIWE-CYCL-MCPG-01

Cette formation Google Ads à Marseille vise à apprendre à exploiter la publicité en ligne pour booster votre visibilité ! Vous apprendrez à créer des campagnes publicitaires payante performantes et à optimiser vos annonces. Vous serez à même de développer une stratégie publicitaire SEA adaptée à votre activité spécifique. Cette formation référencement payant CPF à Marseille s'adresse aux professionnels et aux entreprises. A l'issu de ce cursus, vous saurez analyser les performances et l'augmentation de vos conversions publicitaires. Ce programme vise à maîtriser le ciblage publicitaire et les enchères Google Ads, indispensables pour une gestion optimale des campagnes.

Ces formations pourraient également vous intéresser :

- Formation certifiante 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.
- Formation référencement Google avancé Marseille.

- Formation bases du SEO Marseille.
- Formation publicités campagnes réseaux sociaux.

À qui s'adresse la formation ?

Public

Cette formation s'adresse à tout dirigeant ou responsable marketing et communication souhaitant promouvoir son entreprise sur Google Ads

Prérequis

Cette formation requiert la maîtrise d'une utilisation courante d'internet.

Objectifs

Programme

Définition et stratégie de référencement payant
Définition du référencement payant et de Google Ads
Panorama des différents réseaux de Google Ads : search, display, vidéo, shopping
Différents types de campagnes pour différents objectifs et cibles
Présentation de Google Ads
Parler le langage Google Ads
La présentation de Google Ads : l'interface
Le paramétrage de son compte Google Ads
Le fonctionnement de Google Ads
L'arborescence de campagne
Les campagnes dans Google Ads
Les groupes d'annonces
Les enchères et les concurrences
Création et pilotage d'une campagne de search dans Ads
Le choix des bons mot-clés
La rédaction des annonces
Optimisation de sa campagne
Les landing Pages
L'optimisation continue des annonces et des mots-clés
La lecture et l'analyse des bons KPI

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.