



CONTENU DE LA FORMATION

Introduction à Google Ads

- SEA : définition et principes fondamentaux
- Google Ads : avantages et limites
- Répondre aux enjeux économiques du SEA
- Les formats publicitaires standardisés
- Inclure Google Ads

Créer un compte Google Ads

- Création d'un compte Google Ads (AdWords)
- L'interface et ses fonctionnalités
- Le rôle administrateur et les niveaux d'accès
- Gestion des paramètres Google Ads (AdWords)
- Se familiariser avec le vocabulaire Google Ads
- Quality Score : calcul et enjeux du score de qualité

L'importance des mots-clés

- Présentation, tendances et analyse des mots-clés

- Positionnement et conception stratégique
- Créer une liste de mots-clés pertinente
- Achat de mots-clés : concurrence et enjeux commerciaux
- Positionnement et exclusion de mots-clés
- Correction et suppression de mots-clés

Campagnes et groupes d'annonces

- Créer une campagne Google Ads (AdWords)
- Les différents types d'annonces et extensions
- Comment créer et rédiger des annonces efficaces ?
- La galerie d'annonces Google Ads (AdWords)
- Optimiser ses annonces grâce aux extensions
- Définir un budget ainsi qu'un planning de gestion
- Les types de campagnes Google Ads (AdWords)
- Organiser son compte en groupes d'annonces
- Les options de correspondance des mots-clés
- Google Ads : options et opportunités de ciblage
- Budget de campagne : le système d'enchères
- Définir une stratégie d'enchère efficace

Optimisation d'une campagne Google Ads

- Mesurer les performances de vos mots-clés
- Optimiser son calendrier de diffusion
- Utiliser l'outil d'exclusion d'adresses IP
- A/B Testing Google Ads
- Configurer et gérer les règles automatiques
- Opportunités et variables de vos campagnes
- Optimiser une campagne à petit budget