

ÊTRE VISIBLE SUR GOOGLE ADS

Public	Toute personne intéressée par une formation Google ADS
Prérequis	Aucun
DISPOSITIONS PRATIQUES	Effectif maximum : 30 participants par sessions
Modalités et délai d'accès	Inscription via mail, téléphone et site : au minimum 15 jours avant le démarrage de la session
Présentation générale (problématique, intérêt)	Cette formation cherche à renforcer les parcours professionnels et à aider les chefs d'entreprises dans le domaine du marketing digital. Nous offrons des formations individuelles et en groupe, favorisant ainsi les échanges avec d'autres personnes et la création d'un réseau professionnel
Objectifs	● D'évolution : (d'impact) - Savoir Délimiter l'écosystème du Search Engine Advertising (SEA). - Savoir Définir une stratégie de référencement payant et ses objectifs associés. - Savoir Décrire les principales étapes de la création d'une campagne d'acquisition. ● Pédagogiques : - Savoir mettre en place des campagnes google ads afin de pouvoir développer son chiffre d'affaires en utilisant le guide d'aide à la mise en place des campagnes google ads - Délivrer des conseils aux chefs d'entreprises dans le cadre de l'élaboration des campagnes marketing digital afin de pouvoir développer leur chiffre d'affaires en utilisant le guide d'aide à la mise en place des campagnes
Contenu de la formation	1. 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 2. 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 3. 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 4. 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 5. 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
Modalités pédagogiques	Moyens pédagogiques : - Il s'agit des moyens utilisés pour permettre les apprentissages (exercices, capitalisation de l'expérience professionnelle, jeux de rôles, exposés, film, vidéo...) mais aussi ; - Supports pédagogiques (<i>distincts d'une simple documentation professionnelle</i>) ; - Matériel de vidéo projection ; - Salles ; FOAD - Plateaux techniques... Méthodes : - Active, - Interrogative... Modalités : - Point en amont de la formation avec restitution du besoin client. - Point en fin de journée de formation, recueil des impressions, régulation sur les autres journées en fonction de l'évolution pédagogique.

	• Ces formations seront dispensées en ligne ou en présentiel, ce qui nécessitera des salles de formation et des outils tels que Zoom. Nous adopterons une méthode d'enseignement interactive et évaluerons les connaissances des participants à l'aide de quiz en ligne • Évaluation à chaud en fin de formation, débriefing sur l'écart éventuel, formalisation d'une régulation sur les points soulevés.
Moyens d'encadrement de la formation	ACADEMA FORMATION s'engage à adapter chaque formation aux besoins réels du stagiaire. L'animation est basée sur une pédagogie active, avec des exercices pratiques et personnalisés qui permet l'ancrage en temps réel. Cette animation s'appuie sur une alternance d'exposés théoriques et pratiques. Vidéo-projection. Support de cours délivré à chaque participant. Travaux pratiques.
Compétences / Capacités professionnelles visées	• Définir une stratégie de référencement payant et ses objectifs associés. • Comprendre et analyser une campagne google ads
Durée	1 jour - 7H
Dates	Nous consulter
Lieu(x)	Nous consulter
Coût par participant	Prix : À partir de 1000 euros HT ajustable en fonction de l'analyse des besoins
Accessibilité 	Un entretien préalable sera mis en place pour aménager au mieux la formation avec votre handicap. Nos intervenants savent adapter leurs méthodologies pédagogiques en fonction des différentes situations d'handicap. Contact référent handicap : AKIN Emré / akin.emrepro@gmail.com / 0669167719
Restauration	/
Hébergement	/
Responsable de l'action, Contact	AKIN Emré / akin.emrepro@gmail.com / 0669167719
Formateur	AKIN Emré / akin.emrepro@gmail.com / 0669167719

Suivi de l'action	Mise en place d'outils permettant de vérifier la réalité du suivi de la formation par les stagiaires (<i>émargement par les stagiaires et le formateur, Certificat de réalisation</i>) Une attestation de compétences sera remis à chaque stagiaire attestation de compétences
Évaluation de l'action	Une évaluation de l'action (<i>satisfaction des participants</i>) et une autre sur le degré d'acquisition des compétences (<i>tests, examens, fiches d'évaluation, entretiens...</i>) sont à envisager. Évaluation des acquis (quizz, test, Mise en pratique) Évaluation de la prestation de formation « à chaud » et « à froid » après 3 mois Quizz
Indicateurs de résultats et de performance	Nombre de stagiaires inscrits sur l'année en cours :* Nombre de formations :* Taux d'assiduité :* Taux de satisfaction : * Taux de réussite aux évaluations des acquis : * *Données mises à jour en décembre de chaque année