

LE REFERENCEMENT PAYANT SUR GOOGLE ADS

Public concerné :

La formation s'adresse à des professionnels, des entrepreneurs et à tout public cherchant à comprendre les enjeux du référencement payant et à mettre en place des campagnes sur la plateforme Google Ads.

Prérequis :

Aucun

Objectifs pédagogiques :

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ② Maîtriser la plateforme Google Ads
- ② Comprendre les notions de mots-clés, d'annonces et d'enchères
- ② Construire des campagnes de référencement cohérentes par rapport à un objectif donné

Modalités pratiques et conditions financières :

- ② Durée : 1 journée soit 7 heures
- ② Nombre de participants : en groupe de 3 à 7 personnes
- ② Formation dispensée en intra ou en inter
- ② Calendrier, tarif et lieu d'intervention : sur demande

Moyens pédagogiques et techniques :

- ② Face à face pédagogique
- ② Participation active, mises en situation, apports théoriques de l'intervenant et exemples concrets
- ② Support pédagogique personnalisé remis à chaque participant

Les plus de la formation :

- ② Une formation pratique qui s'appuie sur les cas concrets des apprenants



PROGRAMME

Séquence 1 : Maîtriser les bases du référencement payant

- ② Maîtriser la plateforme Google Ads : interface, fonctionnalités etc.
- ② Comprendre les notions de mots-clés et de termes de recherche
- ② Comprendre les notions d'annonces et d'extensions d'annonces
- ② Connaître les différentes formes d'enchères : CPC, CPM, CPA...

Séquence 2 : Construire des campagnes de référencement efficaces

- ② Mettre en place sa première campagne
- ② Organiser ses groupes d'annonces convenablement
- ② Choisir la forme d'enchère la plus adaptée à son objectif
- ② Définir un budget adapté à un objectif
- ② Construire des landing pages optimisées

Séquence 3 : Aller plus loin avec le référencement payant

- ② Comprendre et maîtriser Google Shopping
- ② Comprendre et maîtriser le référencement payant sur YouTube
- ② Mettre en place un suivi de conversion et des objectifs Google Ads
- ② Mettre en place des campagnes de emarketing
- ② Complémentarité entre SEO et SEA
- ② Suivre et optimiser ses campagnes dans le temps

