



## Public

Toute personne amenée à utiliser les services en ligne fournis par la solution Google Workspace.



## Pré-requis

Aucun et chaque participant devra être équipé du logiciel objet de la formation, et d'un ordinateur qui lui servira à suivre les cours



## Durée

3 jours – 21 heures  
Horaires : 08h30 – 12h30  
14h00 – 18h00



## Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le ou les stagiaires afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



## Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

# Améliorer son référencement avec Google Ads

## OBJECTIFS

Réussir la création et l'implémentation de ses premières campagnes sur Google Ads.  
Générer du trafic ciblé sur son site Web et mesurer le ROI.

Choix des mots-clés, rédaction des annonces, ... réussir une campagne de liens sponsorisés sur Google ne s'improvise pas. Cette formation Google Ads fournit les bases pour lancer ses premières campagnes de liens sponsorisés sur Google et générer des visites qualifiées sur son site Web.

## PROGRAMME

### 1 - Utiliser les liens sponsorisés

Les réseaux et formats publicitaires : Google Ads / AdSense, Bing...

Les campagnes universelles : desktop, mobile, tablettes...

Le mode de fonctionnement : systèmes d'enchères, Quality Score Google...

L'interface Google Ads.

Les différents types de campagnes : Search, Display, Youtube, Performance max, Shopping, Application.

### 2 - Créer une campagne Ads

Paramétrer sa campagne.

Choisir les mots-clés et leur ciblage.

Déterminer ses enchères.

Rédiger ses annonces.

Utiliser les composants d'annonces : annexes, appel, formulaire pour prospects, prix, promotion, etc.

Définir ses landing pages et les optimiser.

Comprendre le paramétrage d'un tracking.

### 3 - Comprendre les campagnes Display et Retargeting

Principes et intérêts des campagnes Display et Retargeting.

Les campagnes sur Youtube (Trueview instream, in-feed, bumper).

Les campagnes Display.

Les campagnes remarketing.

### 4 - Optimiser la performance des campagnes Ads

Tableaux de bords de suivis.

Analyse de la performance : choix des KPI's.

Les actions correctives.