



Neuro Active

Google Ads

La formation « Google Ads » vous permettra de créer vos annonces diffusées sur le Web. Le programme est donné à titre indicatif et sera adapté à vos besoins et votre niveau après audit. N'hésitez pas à nous contacter pour toute demande spécifique.

Pré-requis

Aucun

Public concerné

Webmaster, Responsable Marketing, Responsable communication,

Durée et tarif de la formation

La durée de la formation varie en fonction des besoins et des objectifs déterminés après audit. Les tarifs sont disponibles sur devis.

Contenu de la formation

Découvrir Ads

Principes de fonctionnement
Description des annonces
Enjeux et intérêts

Créer une campagne Ads Search

Les paramètres de la campagne
Définir les zones géographiques
Définir les zones géographiques
Déterminer son budget quotidien
Planifier la campagne
Créer son premier groupe d'annonce
Définir son enchère

Créer ses annonces

Les règles de base
Critères d'amélioration de taux de clic
Optimisation de ses annonces
Erreurs courantes

Utiliser une méthodologie

Définir sa cible
Lister les mots clefs
Créer ses annonces
Evaluer les résultats

Comprendre les paramétrages avancés

Liens vers sites Web
Ajout d'adresse ou de téléphone
Autres informations
Spécificité des campagnes pour téléphone mobile

Utiliser Google Display

Présentation du réseau Display
Principes de fonctionnement des publicités display
Création de campagne Display
Paramétrage spécifique : données démographiques
Sélectionner les emplacements

Organiser sa campagne Ads

Structure de campagne et choix des mots clés
Ciblage des mots clés
Focus : le ciblage large modifié
Paramètres de campagne
Paramètres d'annonces
Budget partagé
Les extensions de liens annexes
Stratégie de marque

Display

Paramètres d'annonces Display
Les différentes méthodes de ciblage
Display
Méthodologie

Découvrir les optimisations avancées

Paramétrer le suivi des conversions
Optimisation des annonces : la balise {Keyword:}
Les optimisations de mots clés
Associer une landing page à un mot clé
Les extensions d'annonces
Les annonces dynamiques (DSA : Dynamic Search Ads)
Règles automatiques
Stratégies d'enchères
Les optimiseurs
Données concurrentes
Focus Google Shopping
Les rapports statistiques Ads
Liaison Ads-Analytics

Le Remarketing

Stratégies de remarketing
Fonctionnement
Créer une liste remarketing avec Google Analytics

Google Shopping

Méthodologie

Créer des annonces illustrées, vidéos ou graphiques

Présentation des différents formats

Principes de fonctionnement

Les supports

Outil de création d'annonces illustrées

Gestion des formats

Découvrir les bibliothèques partagées

Définir des mots clefs à exclure

Définir des emplacements à exclure

Utiliser les Outils d'Ads

Générateurs de mots clefs

Outil de prévisualisation

Opportunités

Autres outils

Appréhender le Remarketing

Principes de fonctionnement

Enjeux

Création d'audience

Nouveautés

TrueView Instream

TrueView InDisplay

TrueView Insearch

GSP : Gmail Sponsored Promotions

Ads Editor

Présentation d'Ads Editor

Paramétrage

Organisation des campagnes

Création de campagnes et manipulation diverses

Bing Ads

Présentation de Bing Ads

Gestion des campagnes et des annonces

Importation de campagne Ads

Atelier de pratique et Questions / Réponses