



GOOGLE ADWORDS PERFECTIONNEMENT

FORMATION EN PRÉSENTIEL

Mis à jour en février 2024 / Version 02, durée de validité, 1 an renouvelable

Durée : 2 jours (14h)

Tarif intra : 2400,00€ HT (prix public)

Contact : 01 56 08 35 00

PUBLIC VISÉ

- Dirigeants de TPE
- Travailleurs indépendants
- Dirigeants et responsables marketing de PME
- Créateurs de services Internet et sites e-commerce
- Webmasters
- Toute personne en charge du référencement payant d'un site web
- Annonceur désireux de comprendre la publicité sur internet

PRÉREQUIS

Absence de prérequis

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS / COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser l'interface Google Ads
- Optimiser la diffusion des campagnes Google Ads en fonction de ses objectifs

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

à l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de

- Comprendre le retour sur investissement et sa mise en œuvre dans Google Ads
- Créer des campagnes marketing efficaces
- Développer ses capacités d'analyse des résultats

DURÉE ET MODALITÉS D'ORGANISATION

Durée totale : 2 jours (2x7 heures = 14 heures)

Horaires : Matin : 09h30 -13h00 / Après-midi : 14h00 -17h30

Type de formation : intra

Organisation : formation en présentiel

adforall

Nombre maximum de stagiaires prévu : 10

Nombre minimum de stagiaires prévu : 1

Possibilité d'effectuer cette formation en distanciel via une connexion internet. Sur Google Meet, en synchrone (classe virtuelle).

LIEU

Cette formation aura lieu soit dans nos locaux au 24 rue du Gouverneur Général Eboué, 92130 Issy les Moulineaux, soit dans les locaux de l'entreprise du participant. Toutes les informations nécessaires (lieu, conditions d'accès, logistique etc...) seront communiquées au stagiaire lors de son inscription. Le livret d'accueil est consultable sur notre site www.adforall.fr dans la rubrique « infos pratiques ».

ACCESSIBILITÉ & PRISE EN COMPTE DES SITUATIONS DE HANDICAP

Pour toutes nos formations, nous réalisons des études préalables à la formation pour adapter nos locaux, les modalités pédagogiques et l'animation de la formation en fonction de la situation de handicap énoncée. En fonction des demandes spécifiques, nous mettrons tout en œuvre avec nos partenaires spécialisés pour réaliser la prestation. Notre référent Handicap est Mme Nadège Mancini joignable par mail : nadege.ext@adforall.fr

DÉLAI D'ACCÈS

La durée estimée entre la demande du bénéficiaire et le début de la prestation est à minima de 11 jours ouvrés.

TARIFS

Prix de la prestation en inter: 2400,00€ H.T « Prix public »

Modalités de règlement : le paiement sera dû à 30 jours à compter de la date de réception de la facture.

MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Travaux individuels, apports théoriques et exercices pratiques, conseils individualisés immédiatement applicables

DÉROULÉ / CONTENU DE LA FORMATION

adforall

	Heures	Séquence	Contenu	Mode pédagogique
JOUR 1	9h30-11h15	Rappels des notions de base sur Ads	<ul style="list-style-type: none"> • Principes généraux • Découpage du compte : les bonnes pratiques • Rédaction des annonces • Correspondance des mots clés 	Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique
JOUR 1	11h30-13h	L'importance du site annonceur	<ul style="list-style-type: none"> • Choisir ses landing pages • Comment utiliser sa marque dans Ads ? 	Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique / Etudes de cas
JOUR 1	14h-15h15	Analyse des résultats des campagnes	<ul style="list-style-type: none"> • Le paramétrage des conversions • Les différents types de rapports avancés • Outils d'attribution, le dernier clic ne dit pas tout 	Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique / Etudes de cas
JOUR 1	15h30-17h30	Les campagnes Google Shopping	<ul style="list-style-type: none"> • Le compte Google Merchant Center • Les caractéristiques d'un flux produit • L'interface Google AdWords dédiée shopping • La gestion des enchères • Suivi des performances 	Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique
JOUR 2	9h30-11h15	Le Display	<ul style="list-style-type: none"> • La publicité display et le Google Display Network • Au-delà des annonces textuelles • Les options de ciblage et les modes d'achat • Les outils pour vous y aider 	Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique

adforall

			<ul style="list-style-type: none">• Zoom sur le remarketing	
JOUR 2	11h30-13h	Youtube	<ul style="list-style-type: none">• Intérêt d'annoncer sur Youtube• Format de facturation True view• Paramétrage des campagnes• Ciblage de l'audience• Les annonces vidéo• Suivi des performances	Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique
JOUR 2	14h-17h30	Introduction à Google Analytics	<ul style="list-style-type: none">• Installation d'un compte• Outils d'analyse et rapports• Audience• Sources de trafic ou acquisition	Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique

L'ensemble des séquences est aménageable en fonction de situations de handicap.

MOYEN D'ENCADREMENT

Afin de faciliter la mise en application des enseignements, le participant bénéficie d'une assistance conseil assurée par l'intervenant(e). Pendant la formation, le participant peut contacter l'intervenant(e) durant les heures suivantes : du lundi au vendredi : de 9h30 à 18h30 (les coordonnées de l'intervenant(e) seront communiquées lors de l'inscription):

Le participant peut également s'adresser à l'accueil de l'organisme :

- Nadège Mancini : responsable formation
- Téléphone : 06 64 17 18 36
- Mail : nadege.ext@adforall.fr

MOYENS PÉDAGOGIQUES et TECHNIQUES

Supports :

Au cours de la formation en salle, l'intervenant remettra un dossier aux participants comprenant les textes, références et fiches synthétiques sur les

adforall

différents points traités ainsi que les documents complémentaires à la présentation magistrale. Les participants recevront le support de la formation en format PDF envoyé par mail.

Matériel nécessaire pour la formation :

- Une salle dont la dimension peut varier de 10 à 25m²
- Un vidéo projecteur/unité vidéo
 - La convocation, le livret d'accueil et le règlement intérieur sont envoyés à l'apprenant 15 jours avant le début de la formation.
 - Le livret d'accueil est consultable sur notre site www.adforall.fr dans la rubrique « infos pratiques ».

MODALITÉS DE SUIVI ET D'ÉVALUATION

- Evaluation formative
 - Quiz d'entrée en formation
 - Quiz en fin de formation : Évaluation formative des acquis en fin de formation
- Évaluation sommative :
 - Évaluation « à chaud » de la formation par un questionnaire remis au stagiaire à la fin de la formation
 - Évaluation « à froid » de la formation par un questionnaire envoyé aux stagiaires sous 3 mois par mail
 - Validation par attestation de fin de formation

VOTRE INTERVENANT

Expert en acquisition digitale depuis plus de 10 ans, spécialisé en SEA et SMA.

CONSEIL ET INSCRIPTION

Tél : 01 56 08 35 00

Mail : contact@adforall.fr