

## GOOGLE ADS INITIATION FORMATION EN PRÉSENTIEL

Mis à jour le 13/11/23

Durée : 2 jours (14h)

Tarif intra : 2400,00€

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 les fondamentaux de Google Ads
- Lancer des campagnes de publicité sur Google Ads selon ses objectifs

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

- Comprendre la diffusion des campagnes et les facteurs influant sur celle-ci
- Créer sa première campagne
- Être opérationnel sur l'outil Google Ads immédiatement

### 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

Nombre maximum de stagiaires prévu : 10

Nombre minimum de stagiaires prévu : 1

### 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](http://www.adforall.fr) dans la rubrique « infos pratiques ».

### ACCESSIBILITE & 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 Audrey Klaus joignable par mail : [audrey@adforall.fr](mailto:audrey@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 intra: 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

|               | <b>Horaires</b> | <b>Séquence</b>                          | <b>Contenu</b>  | <b>Mode pédagogique</b>  |
|---------------|-----------------|--|---|--|
| <b>JOUR 1</b> | 9h30-11h15      | Le principe des liens sponsorisés        | <ul style="list-style-type: none"><li>• La publicité en ligne</li><li>• La publicité sur les moteurs de recherche</li><li>• SEA vs SEO</li><li>• L'intérêt de Google Ads</li><li>• Vocabulaire, lexique : Comprendre le langage Google Ads</li></ul>  | Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique                 |
| <b>JOUR 1</b> | 11h30-13h       | Les 7 points clés d'une campagne réussie | <ul style="list-style-type: none"><li>• Créer une structure de compte optimale</li><li>• Comprendre la particularité du système d'enchères</li><li>• Le Quality Score : paramètre fondamental d'une bonne diffusion</li><li>• Bien choisir ses mots-clés et comment les acheter dans Google ?</li></ul> | Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique / Etudes de cas |

|               |              |   |   |  |
|---------------|--------------|---|---|--|
|               |              |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rédiger des annonces impactantes</li> <li>• Définir des landings pages adaptées</li> <li>• Différenciez-vous grâce aux extensions d'annonces</li> </ul>  |  |
| <b>JOUR 1</b> | 14h-17h30    | Définissez vos objectifs et créez votre première campagne | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition des objectifs</li> <li>• Les outils pour vous y aider (Suggest, Trends)</li> <li>• Apprendre à gérer votre budget</li> <li>• Création du compte et de la première campagne</li> <li>• Quel paramètres choisir ?</li> </ul>                        | Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique / Etudes de cas |
| <b>JOUR 2</b> | 9h30-11h15   | Évaluer le succès de mes campagnes                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Où et comment installer le tag de conversion Ads ?</li> <li>• Mesurer son retour sur investissement (ROI)</li> <li>• Bien comprendre l'interface Ads</li> </ul>  | Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique                 |
| <b>JOUR 2</b> | 11h30-13h    | Les bonnes pratiques pour améliorer mes résultats         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les Indicateurs clés de performance : les KPI</li> <li>• Les ajustements d'enchères (géographiques, type d'appareil, calendrier de diffusion)</li> <li>• Google vous aide (onglet opportunités, rapports, etc...)</li> <li>• Onglet « variables »</li> </ul> | Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique                 |
| <b>JOUR 2</b> | 14h-15h15    | Google Ads Editor   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rappels</li> <li>• Principes</li> <li>• Exercices (Duplication, Recherche, Edition) mise en pratique sur un compte</li> </ul>  | Diffusion slides / Apports théoriques / Mise en pratique                 |
| <b>JOUR 2</b> | 15h30h-17h30 | Comment aller plus loin ?                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le réseau Display</li> <li>• Le dispositif Youtube</li> <li>• Le Remarketing</li> </ul>  | Diffusion slides / Apports   |

|  |  |  |                                 |                                     |
|--|--|--|---------------------------------|-------------------------------------|
|  |  |  | • Le dispositif Google Shopping | théoriques /<br>Mise en<br>pratique |
|--|--|--|---------------------------------|-------------------------------------|

## 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 :

- Audrey Klaus : responsable formation
- Téléphone : 01 56 08 35 00 (accueil-standard)
- Mail : [audrey@adforall.fr](mailto:audrey@adforall.fr)

## MOYENS PÉDAGOGIQUES & 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 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 25m<sup>2</sup>
- 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](http://www.adforall.fr) dans la rubrique « infos pratiques ».

## MODALITÉS DE SUIVI ET D'ÉVALUATION

- La Feuille d'émargement est signée par le stagiaire et l'intervenant par demi-journées
- Evaluation formative
  - Quiz d'entrée de formation
  - Quiz en cours de 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

## CONSEIL ET INSCRIPTION

Tél : 01 56 08 35 00



Mail : [contact@adforall.fr](mailto:contact@adforall.fr)