

# Construire une campagne Google Ads pour développer ses ventes – produits/services

## OBJECTIFS

Apprendre à construire une stratégie SEA et élaborer une campagne Google Ads (référencement payant) pour développer sa communication de marque. Apprendre à en mesurer les résultats et à corriger sa stratégie.

## PROGRAMME

### Principes de Google Ads

- Connaître l'interface Ads et savoir identifier les fonctions Ads et AdSense
- Repérer le principe de fonctionnement de la régie Google Ads
- Connaître le système d'enchères de Google Ads
- Définir le Quality Score (QS)
- Définir les indicateurs de succès de sa campagne : (KPI.S) : CPC, CTR, IMP, CLICS, etc.
- Savoir structurer son compte par secteur d'activité en incluant les contraintes de son site internet

### Elaborer une stratégie Ads Search performante

- Savoir concevoir sa campagne et sélectionner les supports de diffusion adaptés
- Identifier les réseaux partenaires Google Ads
- Déterminer un budget d'investissement
- Fixer des objectifs et une organisation dans le temps

### Créer des annonces et des groupes d'annonces

- Savoir rédiger une annonce efficace
  - Les annonces textuelles, les annonces mobiles
- Déterminer ses enchères
- Apprendre à paramétrer des extensions d'annonces
- Apprendre à modifier une annonce

### La méthodologie des mots -clés

- Savoir définir sa cible
- Apprendre à définir une stratégie de mots-clés cohérente
- Savoir se servir du générateur de mots-clés
- Comprendre les options de correspondance des mots-clés : Large, expressions, mots-clés exacts, l'exclusion de mots-clés
- Apprendre à mesurer les résultats

### Créer la page de destination

- Savoir concevoir une landing page efficace
- Optimiser la performance de ses pages

### Connaître les fonctionnalités avancées

- Savoir paramétrer le suivi des conversions
- Apprendre à optimiser ses annonces : La balise {Keyword:}

### Faire le suivi de ses résultats

- Savoir relier Google Analytics et Google Ads
- Savoir créer des tableaux de bord de suivis



Pour optimiser les compétences  
FORMATIONS HYGIÈNE ET MULTI-SERVICES

### Méthodes et moyens pédagogiques :

Présentiel ou distanciel

Exposé théorique, interactions  
formateur/stagiaire, exercices  
d'application

Remise de support individuel de  
formation au choix par imprimé,  
clé USB, mail ou plateforme de  
partage.

### Pré requis :

En distanciel : Disposer d'un  
ordinateur équipé micro et  
caméra et d'une connexion  
internet

Présentiel : aucun

### Public :

Responsable de communication,  
chargé(e) de communication,  
responsable marketing ou  
commercial(e), toute personne  
amenée à utiliser Google Ads

### Durée :

14 heures.

Formateur diplômé en marketing  
spécialisée SEA.

### Recommandations :

Aucune

### Modalités d'évaluation :

QCM début/fin formation  
Enquêtes satisfaction

### Validation des acquis :

Une attestation individuelle de  
formation sera délivrée.

MAJ Janvier 2023