

Formation Google Ads : Créez et optimisez des campagnes publicitaires performantes

Module 1 – Comprendre Google Ads et son fonctionnement

- Comprendre le fonctionnement de la publicité sur Google
- Découvrir les principaux types de campagnes Google Ads
- Comprendre le système d'enchères publicitaires
- Identifier les facteurs qui influencent la diffusion des annonces
- Comprendre les notions de CPC, impressions, clics, CTR et conversions
- Définir des objectifs publicitaires adaptés à son entreprise

Module 2 – Trouver et sélectionner les bons mots-clés

- Comprendre les intentions de recherche des internautes
- Effectuer une recherche de mots-clés
- Utiliser le Planificateur de mots-clés de Google
- Comprendre les correspondances large, expression et exacte
- Organiser les mots-clés par thématiques
- Identifier et utiliser les mots-clés à exclure

Module 3 – Structurer une campagne Google Ads

- Comprendre la structure compte, campagne et groupe d'annonces
- Configurer les principaux paramètres d'une campagne
- Définir les zones géographiques et les audiences ciblées
- Déterminer un budget publicitaire
- Comprendre les principales stratégies d'enchères
- Construire une campagne Search cohérente

Module 4 – Créer des annonces efficaces

- Rédiger des titres et des descriptions convaincants
- Adapter les annonces aux intentions de recherche
- Créer des annonces responsives sur le Réseau de Recherche
- Utiliser les composants d'annonces
- Comprendre l'importance de la pertinence des annonces
- Optimiser la relation entre annonce et page de destination

Module 5 – Mesurer les performances et les conversions

- Identifier les principaux indicateurs de performance
- Comprendre le suivi des conversions
- Lire et interpréter les rapports Google Ads

- Analyser le coût par conversion et le retour sur investissement
- Identifier les campagnes, annonces et mots-clés les plus performants
- Repérer les dépenses publicitaires inutiles

Module 6 – Optimiser ses campagnes Google Ads

- Analyser les termes de recherche
- Ajouter et gérer les mots-clés à exclure
- Ajuster les budgets et les stratégies d'enchères
- Améliorer la pertinence et la qualité des annonces
- Identifier les principales opportunités d'optimisation
- Éviter les erreurs courantes susceptibles d'augmenter les coûts

Module 7 – Exploiter Performance Max et l'intelligence artificielle

- Comprendre le fonctionnement des campagnes Performance Max
- Identifier les situations où Performance Max peut être utilisé
- Comprendre le rôle des signaux d'audience et des éléments créatifs
- Découvrir AI Max pour les campagnes Search
- Comprendre le rôle de l'IA dans le ciblage, les enchères et la création d'annonces
- Identifier les avantages et les limites de l'automatisation
- Savoir quelles décisions doivent rester sous contrôle humain

Module 8 – Atelier pratique : créer et améliorer une campagne

- Définir l'objectif et la stratégie d'une campagne
- Sélectionner les mots-clés pertinents
- Structurer les groupes d'annonces
- Rédiger des annonces responsives
- Définir le budget et les paramètres de diffusion
- Analyser les résultats et identifier des pistes d'amélioration