



OPTIMISER SES CAMPAGNES GOOGLE ADS (FOCUS SUR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE)

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

NEW

Ref. : C19ADWORDS2

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1550 € HT

Repas inclus

Piloter efficacement ses campagnes Google Ads

Vous mettez déjà en œuvre des campagnes Google Ads (anciennement Google AdWords) et vous souhaitez les optimiser grâce à la maîtrise des **fonctionnalités avancées** : réseau display, rapports avancés, Google merchant center, remarketing... Cette formation vous permettra d'intégrer les dernières tactiques afin de maximiser la **rentabilité** de vos campagnes Google Ads. À travers cette formation, vous apprendrez à auditer et à optimiser efficacement vos comptes et campagnes Google Ads. Cette formation vous permet d'exploiter pleinement le potentiel de l'**intelligence artificielle** pour optimiser vos campagnes avec précision et efficacité. Vous mettez également l'accent sur l'intégration de pratiques **durables et responsables** dans vos stratégies publicitaires, vous permettant ainsi de maximiser l'impact de vos campagnes tout en contribuant à des initiatives éthiques et durables.

Rejoignez-nous pour acquérir les compétences nécessaires pour exceller dans le monde en constante évolution de la publicité en ligne.

OBJECTIFS

- Auditer et optimiser un compte ou une campagne Google Ads.
- Découvrir les solutions avancées proposées par Google Ads pour réaliser des ventes incrémentales.
- Comprendre les principes du suivi des conversions.
- Optimiser efficacement ses campagnes grâce à l'IA.
- Intégrer des pratiques durables et responsables dans ses campagnes.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Chefs de projet, responsables marketing, webmasters, responsables web, trafic managers, responsables e-commerce...

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du marketing digital et gérer des campagnes Ads.

COMPÉTENCES ACQUISES

Créer, suivre et optimiser une campagne Google Ads.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quizz amont



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence



Présentiel
E-quizz aval

PROGRAMME

Pendant
Optimiser ses campagnes Google Ads

Optimiser ses campagnes Google Ads

- Choisir la campagne Google Ads adaptée à son objectif : Search, Performance Max, Display, Shopping, Video, App, Demand Gen.
- Maîtriser les fondamentaux Google Ads : paramètres de campagnes, choix des mots clés - correspondance et annonces textuelles en Search, système d'enchères et extensions...
- Gagner en efficacité avec le machine learning : annonces responsives, campagnes DSA (Dynamic Search Ads), stratégies d'enchères automatiques.
- Assimiler les audiences pour adresser le bon message au bon interlocuteur.
- Créer ses propres listes de remarketing.

Développer son activité grâce aux campagnes Display et Shopping

- Saisir les opportunités de Google Display Ads et des évolutions du commerce de détail.
- Emplacement, coût... : concevoir le fonctionnement et la mise en place des campagnes Display et Shopping.
- **Atelier pratique** : créer une campagne Google Ads pas à pas.
- Campagnes « intelligentes », formats d'annonce... : gagner de la visibilité.

Augmenter l'impact de ses campagnes grâce aux nouvelles technologies et tendances

- Utiliser l'Intelligence Artificielle (IA) pour l'optimisation de ses campagnes :
 - Utilisation des outils d'IA pour analyser les tendances de recherche et identifier les mots-clés pertinents
 - Intégration de l'IA dans le processus de création d'annonces et configuration de ses campagnes Google Ads
 - Utilisation des fonctionnalités d'IA pour analyser les données de performance et fournir des rapports détaillés et exploitables
- Intégration de pratiques durables dans vos campagnes publicitaires lors de la planification et l'achat des médias :
 - Mise en place de KPIs tenant compte des objectifs de durabilité et choix des partenaires technologiques "verts"
 - Adoption de formats publicitaires, placements stratégiques, sélection des audiences et médias "slow"

Évaluer, suivre et optimiser les performances des campagnes

- Taux d'optimisation et planificateur de performances : mieux maîtriser son budget.
- Mettre en place un tracking fiable via Google Ads et / ou Google Analytics : site web, app, suivi des appels, importation.
- Utiliser les campagnes tests pour mieux paramétrer ses campagnes.
- Optimiser ses campagnes Google Ads grâce aux rapports avancés : enchères, attribution...

INTERVENANTS

Lucie Audrey PELLIER
Account Manager frenchsalads.media et experte en marketing digital
Lucie Pellier

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence



Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



LIEUX ET DATES

À distance

05 et 06 juin 2024

09 et 10 oct. 2024



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence