

I4-56 - Google Ads : Créer ses campagnes SEA

Objectifs de la formation en termes de capacités et de compétences professionnelles

Savoir créer une campagne SEA pour gagner en visibilité

Être capable de :

- Définir ses objectifs en terme de marketing digital
- Analyser les performances de son site web
- Créer sa stratégie digitale et d'acquisition client
- Optimiser son site internet
- Appréhender l'environnement et la sémantique Google Ads
- Découvrir l'environnement Google Ads
- Analyser les retours et l'efficacité de sa campagne

Durée – Horaires – Lieu - Dates

Durée :

7 jours – 56 heures

Horaires :

08h30-12h30 - 13h30-17h30

Lieu :

- La Forge - 15000 AURILLAC

Ou

- Turing22 - 63000 CLERMONT-FERRAND

Ou

- Visio conférence : Outil utilisé : Teams

Dates :

Cf page web

Public concerné :

Dirigeant d'entreprise TPE, conjoint collaborateur, collaborateur.

Prérequis :

Aucun prérequis

Contenu du Programme :

Séquence 1 : Définir ses objectifs en terme de marketing digital – Durée : 4 heures

Faire le point sur l'état de sa stratégie digitale actuelle

Découvrir les différents objectifs en lien avec Google Ads



Connaitre les impacts liés à ces objectifs

Jalon 1 : Définir les objectifs de sa stratégie digitale

Séquence 2 : Analyse des performances de son site web – Durée : 4 heures

Etude des outils d'analyse du trafic (search console / analytics)

Etude des statistiques Woocommerce pour les sites marchand

Définir quels produits/services sont les plus consultés/demandés

Etudier les atouts et les faiblesses de son site

- Site propice à la conversion ou pas
- Audit UX/UI
- Audit SEO / texte

Jalon 2 : Faire l'audit de l'état actuel de son site web

Séquence 3 : Création de sa stratégie digitale et d'acquisition client – Durée : 4 heures

Définir les mots clés à placer au coeur de sa stratégie

Définir ses cibles

Identifier les principaux arguments permettant de convaincre

Définir les preuves sociales nécessaires à la conversion

Jalon 3 : Créer sa stratégie d'acquisition client digitale

Séquence 4 : Optimiser son site internet – Durée : 20 heures

Optimisation de l'UX/UI de ses pages

Optimisation SEO

Identification et/ou création de landing pages efficaces

Jalon 4 : Création/Optimisation de ses landing pages

Séquence 5 : Appréhender l'environnement et la sémantique Google Ads - Durée : 4 heures

Préciser la notion de "trafic"

Connaitre la notion "d'impression" de "clic" de "CTR" et de "CPC"

Connaitre les différents types de "requête", "mots clés", "expressions"

Maitriser la notion de conversion

Connaitre les notion de "Annonce", "Groupes d'annonces", "Campagnes"

Connaitre les différents types de campagnes

Identifier le/les type(s) de campagne(s) les plus pertinents pour répondre à ses objectifs

Jalon 5 : Valider les connaissances des termes liés à Google Ads

Séquence 6 : Présentation de l'environnement Google Ads - Durée : 4 heures

Présentation des différentes vues/fenêtres

Présentation des différentes options

Comprendre comment naviguer entre les différentes vues

Jalon 6 : Commencer à prendre en main Google Ads

Séquence 7 : Créer ses campagnes Google Ads- Durée : 8 heures

Création / configuration du compte Google Ads

Création d'une campagne

Création d'une annonce

Configurer les différents outils pour mesurer l'efficacité

Jalon 7 : Création de campagnes Google Ads

Séquence 8 : Analyser les retours et l'efficacité de sa/ses campagne(s) - Durée : 8 heures

Connaitre les différents indicateurs à observer

Calculer son ROI

Définir ses axes d'optimisation

Décider d'un plan d'action pour la suite

Jalon 8 : Savoir mesurer les retombées de sa/ses campagne(s) Google Ads

Supports de formation et moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement mis en œuvre :

La pédagogie est volontairement interactive et l'intervenant prend des exemples tirés du vécu du participant

La formation alterne l'utilisation de supports vidéo projetés, d'exercices de mises en pratiques, de supports papier

Formateur : L'intervenant intervient dans le domaine de la formation auprès de dirigeants d'entreprises de TPE. Il crée et développe de nombreux outils pédagogiques pour faciliter l'appropriation des connaissances bureautiques par les participants.

Intervenant(s) / Formateur(s) :

- M. Laurent Fischer Gérant Lafischduweb

Suivi et évaluation :

Des acquis :

- Des jalons spécifiques : travail sur outil, mise en application, interrogation orale, permettent de valider les acquis de chaque séquence pédagogique.
- Evaluation entrée et sortie de formation par le formateur.

De la satisfaction :

- Un questionnaire d'évaluation à chaud

Disponibilités du formateur :

- Le formateur est disponible entre les sessions pour répondre à toutes vos questions

Moyens permettant de suivre l'exécution de l'action :

- Attestation de réalisation / de présence

Et/ou

- Attestation d'assiduité séquencé signée par les stagiaires et contresignée par le formateur

Et/ou

- Feuilles d'émargement

Handicap :

- Nous invitons toute personne en situation de handicap à se faire connaître afin d'être accueillie et accompagnée dans les meilleures conditions.

Délais d'accès :

- Inscription à la formation au plus tard une semaine avant le début de la formation
- La formation sera maintenue si le seuil minimum de 4 participants est atteint (dans le cas contraire, Liure Développement se réserve le droit de reporter celle-ci à des dates ultérieures).

Les + de la formation :

- Formation spécifique pour un public de TPE
- Création de sa campagne au fur et à mesure de la formation
- Pédagogie participative et interactive
- Exercices de mises en pratique pour chaque thème étudié
- Formation volontairement orientée utilisation « terrain »

Tarif inter :

1 680,00 € € Net de TVA (*article 261-4-4° du Code Général des Impôts*)