

Créer une campagne publicitaire payante (SEA)



Durée : 14h sur 2 jours

Niveau : Débutant

Tarif : 1500€ HT par personne formée

Objectif

Cette formation aura pour objectif d'apprendre aux stagiaires la création et la gestion d'une campagne publicitaire avec Google Ads (anciennement AdWords).

Acquis de la formation

- Comprendre le fonctionnement de la publicité sur Internet
- Créer et configurer un compte Google Ads
- Connaître l'interface Google Ads
- Comprendre la structuration et la hiérarchisation
- Créer et paramétrer une campagne publicitaire
- Optimiser et analyser les performances d'une campagne

Prérequis

Être à l'aise avec la navigation sur Internet et maîtriser les fonctionnalités de base du web.

Public concerné

Cette formation s'adresse aux personnes en charge de la communication et du marketing de leur organisation.



Programme

Journée 1

Introduction à la publicité sur Internet (2h)

- Le lexique de la publicité en ligne
- Les enjeux de la publicité sur Internet
- Découverte des différents types d'annonces (Réseau de recherche, Display, Vidéo, ...)

Présentation de Google Ads et son interface (2h30)

- Présentation des fonctionnalités de Google Ads
- Explication du fonctionnement de Google Ads
- Présentation du lexique associé à l'outil
- Approfondissement du terme Quality Score

Création et configuration d'un compte Google Ads (2h30)

- Création d'un compte Google Ads
- Présentation des éléments à configurer judicieusement

Hiérarchisation et structuration des groupes d'annonces (1h)

- Présentation du mode de structuration des annonces
- Création d'un exemple d'arborescence



Journée 2

Création d'une campagne publicitaire (3h30)

- Configuration et paramétrage d'une campagne
- Choix de l'objectif attendu
- Choix de la zone de diffusion
- Rédaction du message en fonction des résultats attendus
- Définition du budget attribué
- Découverte de l'outil de planification des mots clés
- Explication concernant les choix des mots clés

Optimisation et analyse d'une campagne (3h30)

- Présentation de l'outil d'analyse
- Optimisation d'une campagne
- Améliorer une campagne au fil du temps
- Maîtriser la rentabilité d'une campagne



Moyens pédagogiques et techniques mis en œuvre

Les formations peuvent être en intra ou en inter. Le lieu de la formation peut être différent en fonction des besoins et contraintes des participants. De plus, la formation est personnalisée en fonction du public concerné. Cette adaptation permet que la formation soit encore plus bénéfique pour les stagiaires. Dans la mesure où il n'y a qu'un seul participant lors d'une formation, il est possible d'accentuer une partie de celle-ci par rapport à ses propres besoins.

Les formations pourront comporter une phase de démonstration pour encore mieux guider les stagiaires. Des temps consacrés aux échanges, aux questions-réponses seront également proposés tout au long de la formation pour qu'elle soit la plus enrichissante possible. Le formateur dispose d'un ordinateur, d'un vidéoprojecteur, d'une connexion Internet.

Moyens d'encadrement

Depuis 13 ans, Arnaud Jibaut est Gérant du groupe Awelty, spécialisé dans la création et l'édition de sites web, ainsi que le développement d'applications mobiles. Il a également partagé ses compétences en dispensant des cours aux étudiants de l'école Wis à Amiens. Il possède des connaissances et des compétences solides, en langages de programmation, rédaction web, gestion de projets, communication web (réseaux sociaux, référencement/SEO, communication visuelle...) acquises grâce à ses expériences professionnelles et par passion. Sa très bonne maîtrise de ces différents domaines lui permet de proposer des formations enrichissantes.

Moyens permettant de suivre l'exécution de l'action et d'en apprécier les résultats

Lorsqu'un stagiaire participe à une formation, il doit signer une feuille d'émargement pour attester de sa présence. Il existe une feuille d'émargement collectif et individuel. Après la formation, une attestation signée affirmant que le stagiaire y a bien participé, lui est remise. A la fin de la formation, un QCM permettant de vérifier l'acquisition des compétences et connaissances des stagiaires est transmis à chacun d'entre eux. Il s'agit d'une évaluation à chaud, car le QCM est complété juste après la réalisation de la formation.

Une attestation de formation est ensuite remise aux :

- Bénéficiaires de l'action de formation
- Clients et/ou financeurs
- Sous-traitants s'il y a lieu

Cette attestation comporte une partie intitulée résultats d'évaluation des acquis et renseigne si la maîtrise est insuffisante, partielle ou complète.

