

Vitrimeo

34 rue Gounod

06000 Nice

Email: contact@vitrimeo.com

Tel: 06 16 21 48 73

vitrimeo.com

vitrimeo.com

Attirer plus de prospects qualifiés grâce à Google Ads Search

Développez le chiffre d'affaires de votre entreprise grâce à l'acquisition de nouveaux prospects qualifiés à l'aide de Google Ads Search. Devenez autonome et maîtrisez la publicité Google Ads sur le réseau de recherche afin de faire connaître votre entreprise rapidement auprès des personnes qui recherchent vos services ou produits. N'attendez plus plusieurs mois avant d'obtenir les premiers résultats. Google Ads Search vous permettra d'obtenir des résultats en seulement quelques jours. Faisons grandir ensemble votre entreprise.

Durée: 7.00 heures / 1.00 jour(s)

Profils des apprenants

- TPE/PME
- Freelance
- Professions libérales
- Cabinets d'avocats
- Artisans

Prérequis

- Maîtriser les bases de la navigation sur internet

Accessibilité et délais d'accès

Accessibilité: Par Visioconférence

Pour les personnes en situation de handicap, nous mettrons tout en œuvre pour vous accueillir ou pour vous réorienter. Vous pouvez nous contacter au 06-16-21-48-73

Délai d'accès: 4 semaines

Lieu:

A Distance

Objectifs pédagogiques

- Créer une campagne Google Ads Search

Vitrimeo | 34 rue Gounod Nice 06000 | Numéro SIRET: 83929098800014 |

Numéro de déclaration d'activité: 93060958106 (auprès du préfet de région de: Alpes Maritimes)

Cet enregistrement ne vaut pas l'agrément de l'Etat.

- Mettre en place le suivi des conversions
- Analyser les campagnes et mots clés
- Optimiser sa campagne Google Ads
- Maîtriser son budget

Contenu de la formation

- Module 1: Introduction à Google Ads
 - Evaluation des connaissances - QCM
 - Introduction à Google (Historique / SERP / Part de marché)
 - Découverte de la plateforme
 - Les différents objectifs publicitaires proposés par Google Ads (Ventes, prospects...)
 - Définir le type de campagne Google Ads (Réseau de recherche, Display, Vidéo...)
 - Quiz
- Module 2: Comprendre la création d'une campagne: Focus sur le Réseau Recherche
 - Les enchères automatiques (CPA, Maximiser les clics, Maximiser les conversions, Maximiser la valeur par conversion)
 - L'enchère manuelle (CPC Manuel)
 - Délimitations des zones géographiques
 - Définir son calendrier de diffusion
 - Quiz
- Module 3: Structure idéale d'une campagne et groupe d'annonce
 - Comment bien organiser vos groupes d'annonces?
 - Segmentation par la recherche de mots clés
 - L'outil de planification des mots clés indispensables
 - Quiz
- Module 4: Comprendre les différents types de mots clés et mots clés négatifs.
 - Les différents types de mots clés (Requête large / Expression exacte / Mot clé exacte)
 - Les termes de recherches
 - Astuce pour gagner du temps sur l'intégration des différents mots clés (Outil quotidien)
 - Créer une liste de départ de mots clés négatifs
 - Quiz
- Module 5: Le Copywriting des publicités qui convertissent
 - Se démarquer de la concurrence pour optimiser son Taux de clic
 - Mettre en concurrence plusieurs publicités au sein d'un groupe d'annonce
 - Respecter les règles de Google Ads
 - Quiz
- Module 6: Comprendre l'indicateur de performance - Score de qualité
 - Comment rendre votre annonce pertinente aux yeux de Google
 - L'importance du CTR (Taux de clic)
 - L'incontournable Landing Page: Page unique de conversions
 - Quiz
- Module 7: L'importance des extensions et de la fiche d'établissement.
 - L'importance des extensions
 - Les différentes extensions existantes et leurs significations
 - Extension de lieu et connexion avec la fiche d'établissement Google.
 - Extension Formulaire de Prospects en détail.
 - Quiz
- Module 8: Mettre en place le bon système de tracking.
 - Tracking de conversion pour les Appels venant des publicités Google Ads
 - Tracking de conversion pour les Appels venant du Site Web
 - Tracking de conversion pour un formulaire de contact (Devis, Documentation, etc...)
 - Quiz
- Module 9: Comment gérer et optimiser vos campagnes.
 - Optimisation par types d'appareils (Ordinateur, Tablette, Mobile)
 - Optimisation par Zone Géographique

- Optimisation par Extensions
- Optimisation des mots clés (et mots clés négatifs) par les termes de recherches
- Ajuster les enchères par mots clés ou par groupes d'annonces.
- Optimisation de son score de qualité (par Annonce et par expérience de Landing page)
- Quiz
- Module 10: Mise en place des campagnes de reciblages.
 - Comprendre les bases du reciblage
 - Mettre en place votre audience de reciblage
 - Créer votre campagne de reciblage avec le réseau Display
 - Evaluation de fin de formation - QCM

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Chaque formation est sous la responsabilité du directeur pédagogique de l'organisme de formation ; le bon déroulement est assuré par le formateur désigné par l'organisme de formation.

Moyens pédagogiques et techniques

- Apport théorique et séquences pédagogiques regroupées en différents modules
- Etude de cas concrets
- Documents supports de formation projetés (Keynote)
- Exposés théoriques
- Test de contrôle de connaissances et validation des acquis à chaque étape avec des Quiz
- Retours d'expériences
- Remise du Support Keynote détaillé en fin de formation

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence signées des participants et du formateur par demi journée
- Recueil individuel des attentes du stagiaire
- Questions d'auto-évaluation des acquis en début et fin de formation
- Grille d'évaluation
- Mises en situation.
- Evaluation continue par des Quiz tout au long de la session de formation
- Echange avec le formateur par visioconférence (webinar), téléphone et mail
- Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation.
- Attestation de fin de l'action de formation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation.

Tarif à partir de : 1500.00 HT (TVA 20%)

Mise à jour au 23/05/2022