

Google Ads

Cette formation vous permettra de maîtriser Google Ads, l'outil incontournable pour créer, gérer et optimiser des campagnes publicitaires performantes. Vous apprendrez à concevoir des stratégies adaptées, à paramétrer vos campagnes et à suivre les KPI clés pour maximiser votre retour sur investissement (ROAS). Grâce à des ateliers pratiques et des cas concrets, vous développerez une expertise directement applicable pour attirer des prospects qualifiés et atteindre vos objectifs marketing avec précision.

Durée: 12.00 heures

Profils des stagiaires

- Responsable marketing
- Responsable communication
- Chargé.e de marketing digital

Prérequis

- Avoir la volonté d'acquérir les clés pour mettre en place une stratégie Google Ads efficace.
- Avoir des connaissances marketing digital pour tirer tout le bénéfice de cette formation.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondamentaux de Google Ads
- Créer une stratégie SEA
- Concevoir et paramétrer des campagnes efficaces
- Analyser et optimiser les performances des campagnes

Contenu de la formation

- Introduction et fondamentaux de Google Ads
 - Présentation générale de Google Ads
 - Structure d'un compte Ads
 - Types de campagnes
 - Choisir les mots clés
 - Stratégies d'enchères
 - KPIs
- Audit et axes d'amélioration
 - Analyse d'un compte existant
 - Recommandations stratégiques
- Création de campagnes Google Ads
 - Paramétrage d'une campagne
 - Recherche et sélection des mots-clés
 - Introduction aux extensions d'annonces
- Suivi et optimisation des campagnes
 - Suivi des performances
 - Stratégies d'optimisation

BlueMarketing

93 bis rue du Moulineau
85180 Les Sables-d'Olonne
judicael@bluemarketing.fr
0679114003



Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Delphine Dal Zotto : Experte SEA, SEO, SMA et Cheffe de projet

Chef de Projet Digital et spécialiste du référencement depuis 2014, Delphine partage son expertise pour accompagner les apprenants dans leurs objectifs. Forte d'une expérience internationale et d'une approche créative, elle maîtrise la conception de sites web, les stratégies de Search Engine Marketing (notoriété, acquisition de trafic, génération de leads, e-commerce) via Google Ads, Microsoft Ads, et SMA (Meta, LinkedIn), ainsi que le suivi des performances avec les outils webanalytics. Son savoir-faire inclut également le pilotage et la coordination de projets B2C/B2B, la gestion de budgets et l'optimisation du ROI, avec une pédagogie axée sur des cas concrets et l'application des meilleures pratiques.

Moyens pédagogiques et techniques

- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Etude de cas concrets
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

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

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

Tarif de la formation

0.00 €HT

TVA non applicable, art. 261-4-4 du CGI