



|   |  |
|---|--|
| <b>Public</b>                           | Responsable marketing, responsable e-commerce, responsable communication, chef de produits.  |
| <b>Durée</b>                            | 2 jours - 14 heures  |
| <b>Pré-requis</b>                       | Connaissance SEO   |
| <b>Objectifs</b>                        | Administration WordPress<br>Réussir ses premières campagnes sur Adwords.<br>Générer du trafic ciblé sur son site Web et mesurer le ROI.  |
| <b>Méthodes pédagogiques</b>            | Pour bien préparer la formation, le stagiaire remplit une évaluation de positionnement et fixe ses objectifs à travers un questionnaire.<br>La formation est délivrée en présentiel ou distanciel (e-learning, classe virtuelle, présentiel et à distance). Le formateur alterne entre méthodes démonstratives, interrogatives et actives (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.<br>Cette formation est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par Audit Conseil Formation. |
| <b>Moyens techniques</b>                | 1 poste de travail complet par personne<br>De nombreux exercices d'application<br>Mise en place d'ateliers pratiques<br>Remise d'un support de cours<br>Passage de certification(s) dans le cadre du CPF<br>Remise d'une attestation de stage  |
| <b>Modalité d'évaluation des acquis</b> | Evaluation des besoins et objectifs en pré et post formation<br>Evaluation technique des connaissances en pré et post formation<br>Evaluation générale du stage  |
| <b>Planning</b>                         | Du 13/10/2025 au 14/10/2025<br>Du 08/12/2025 au 09/12/2025   |
| <b>Délai d'accès</b>                    | L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 5 jours ouvrés avant le début de la session   |
| <b>Accessibilité handicapés</b>         | Au centre d'affaires ELITE partenaire d'ACF à 20 m. Guide d'accessibilité à l'accueil.   |

## INTRODUCTION GOOGLE ADS

- Google : le maillage du marketing
- Principes généraux, modèle économique
- Google Ads et Google Ads Express
- Les solutions concurrentes

## MISE EN ŒUVRE

- Paramétrage du compte Google
- Accès à d'autres utilisateurs
- Gestion des vues
- Établir des objectifs
- Contenir les budgets

## PILOTAGE

- Tableau de bord
- Sections et indicateurs pertinents
- Filtres et segments
- Rapports personnalisés
- Synthèse et analyse des données

## RÉSEAUX DE RECHERCHE

- Types de mots clés
- Création campagne de recherche textuelle
- Recherche de mots clés
- Les correspondances des mots clés
- Les requêtes larges
- Les annonces et les annonces dynamiques
- Extensions d'annonces
- Appels téléphoniques
- Calendrier de diffusion et automatisation

## OPTIMISATION DES ENCHÈRES

- Critères
- Réseaux de recherches
- Budgets partagés

## SUIVI DE CONVERSION

- Analytics et Ads : les goals
- WordPress Kit Site

## AUDIENCE ET REMARKETING

- Jauge d'enchères et audience
- Stratégie d'enchères
- Gestion des « marques »
- Tracking des URL

## GOOGLE DISPLAY

- Le multi-canal
- Campagne bannière
- Gmail
- YouTube

## EXERCICES

- Landing pages dans WordPress
- Une campagne Ads efficace et rentable
- booster l'audience d'un site
- Google Ads et YouTube
- Le Remarketing

## NOUS CONTACTER

### Siège social

16, ALLÉE FRANÇOIS VILLON  
38130 ÉCHIROLLES

### Téléphone

04 76 23 20 50 - 06 81 73 19 35

Suivez-nous sur les réseaux sociaux, rejoignez la communauté !



ACF Audit Conseil Formation



@ACF\_Formation

Dernière mise à jour : 29/02/2024