



<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 Réussir ses premières campagnes sur Adwords. 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. La formation est délivrée en présentiel ou distanciel (e-learning, classe virtuelle, présentiel et à distance). Le formateur alterne entre méthodes démonstrative, interrogative et active (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. 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 De nombreux exercices d'application Mise en place d'ateliers pratiques Remise d'un support de cours Passage de certification(s) dans le cadre du CPF Remise d'une attestation de stage
<b>Modalité d'évaluation des acquis</b>	Evaluation des besoins et objectifs en pré et post formation Evaluation technique des connaissances en pré et post formation Evaluation générale du stage
<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.

## 1. INTRODUCTION GOOGLE ADS

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

## 2. MISE EN ŒUVRE

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

## 3. PILOTAGE

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

## 4. 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

## 5. OPTIMISATION DES ENCHÈRES

- Critères
- Réseaux de recherches
- Budgets partagés

## 6. SUIVI DE CONVERSION

- Analytics et Ads : les goals
- WordPress Kit Site

## 7. AUDIENCE ET REMARKETING

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

## 8. GOOGLE DISPLAY

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

## 9. 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

### Centre de formation

87, RUE GÉNÉRAL MANGIN  
38000 GRENOBLE

### E-mail

contact@audit-conseil-formation.com

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



ACF Audit Conseil Formation



@ACF\_Formation



ACFauditconseilformation