

# Dynamiser la visibilité de son établissement grâce à la publicité Google Ads

Niveau 2 - Intermédiaire

## Objectifs

- Lancer votre première campagne publicitaire
- Google Ads de A à Z
- Créer des annonces percutantes
- Adapter les budgets de vos campagnes

## Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

## INFORMATIONS PRATIQUES

### Durée :

2 jours - 14 heures

### Formats :

Présentiel ou distanciel

### Effectif minimum :

2 personnes

### Types :

Inter ou intra entreprises

### Pré-requis :

- Avoir un ordinateur et/ou un smartphone à disposition
- Maîtrise de l'outil informatique
- Avoir les identifiants et mots de passe de son compte Google
- Avoir des contenus visuels de son établissement (logo, photos...)

### Public concerné :

- Toute personne souhaitant dynamiser la visibilité de son établissement sur les moteurs de recherches

### Modalités d'évaluations :

- En début de formation : évaluation des acquis/quizz
- En cours de formation : exercices en situation
- En fin de formation : évaluation des acquis/quizz

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



## UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

### AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

### PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

### APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

### TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

## Programme

### Comprendre les enjeux de la publicité sur Google

Panorama des stratégies de référencement Payant  
Différences entre SEA et SEO  
Découvrir les avantages et le fonctionnement de Google Ads  
Adapter ses objectifs publicitaires à ses objectifs stratégiques

### Structurer ses campagnes Google Ads

Distinguer la stratégie Search et la stratégie Display  
Construire des audiences optimisées  
Piloter une campagne Search via une étude de mots-clés  
Piloter une campagne Display via des visuels attractifs et bien positionnés  
Définir ses budgets quotidiens et sa stratégie d'enchères

### Optimier la réussite de vos campagnes publicitaires

Définir ses indicateurs clés de réussite  
Créer des tableaux de bord personnalisés  
Mesurer le retour sur investissement de ses actions

## Méthodologie

Apports théoriques et pratiques  
Mises en situation