Google Ads : optimiser ses campagnes à l'heure de l'intelligence artificielle

Cours Pratique de 2 jours - 14h
Réf : GAD - Prix 2024 : 1 370€ HT

Cette formation vous permettra d'acquérir les bonnes pratiques pour optimiser tant la gestion des campagnes que la maximisation de leur ROI. Elle vous permettra d'aborder les dernières évolutions de l'interface Google Ads (Performances Max, type de ciblage, audiences, etc.).

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Assimiler le fonctionnement de l'algorithme Google

Mettre en place une campagne à l'heure du machine learning

Piloter et optimiser ses campagnes SEA

Mettre en place des campagnes Display/Video en complément de ses campagnes Search

TRAVAUX PRATIQUES

Apports théoriques, échanges de bonnes pratiques, exercices et études de cas.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 01/2024

1) Comprendre le fonctionnement de l'algorithme Google

- Rappel du principe des enchères.
- Panorama des solutions proposées dans Google Ads.
- Cadrer sa campagne SEA : définir son objectif et son budget de campagne.
- Optimiser son utilisation de Google AdWords Editor.

Travaux pratiques : Définir le cadre d'une campagne SEA.

2) Mettre en place une campagne à l'heure du machine learning

- Définir et suivre les conversions attendues.
- Les impacts du RGPD sur les conversions Google Ads.
- Structurer son compte Google Ads et les types de ciblage (exact, expression, large, négatif).
- Choisir la bonne stratégie d'enchère en fonction du contexte de la campagne.
- Maîtriser les bons paramétrages de vos campagnes Google Shopping.

Travaux pratiques : Création d'une campagne : les erreurs à éviter

3) Piloter et optimiser ses campagnes SEA

- Suivre les bons indicateurs clés de vos campagnes SEA : du pilotage aux stratégies d'optimisation.
- Optimiser sa campagne : campagne SKAG/Tapering, test A/B, ajustements d'enchère, campagne brouillons.
- Analyser son score d'optimisation et mesurer les impacts sur la performance de ses campagnes.
- Comprendre le véritable rôle et la contribution des campagnes SEA dans votre plan de communication numérique.

Travaux pratiques : Analyse des performances de campagnes : identifier les optimisations à mettre en œuvre.

PARTICIPANTS

Responsable marketing, responsable e-commerce, responsable communication, chef de produits.

PRÉREQUIS

Connaissance de base en marketing digital.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques…
Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
• À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

4) Mettre en place des campagnes Display/Video

- Définir ses scénarios de campagne : les spécificités des campagnes Display.
- Identifier les audiences à créer pour ses campagnes Display/Video (comportementales, personnalisées, segment Google Ads).
- Maîtriser la méthode AIDA pour créer des annonces performantes.

Travaux pratiques : Paramétrer et analyser sa campagne Performance Max.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE
2025 : 10 mars, 12 juin, 10 juil., 20 nov.

PARIS
2025 : 03 mars, 05 juin, 03 juil., 13 nov.