



Campagnes AdWords
Réf : ADW-RF
Date de création : 11/10/2021
Mise à jour : 12/03/22

Objectifs pédagogiques :

- Maîtriser le fonctionnement d'un compte advertising Google Ads.
- Mettre en place une campagne et des événements avec Google Adwords.
- Optimiser son retour sur investissement et comprendre les différents ratios dans Google AdWords.

Durée :

2 jours soit 14 heures de formation.

Tarif (particulier – indépendant – salarié) :

1350€ TTC par élève.

Tarif intra :

Nous contacter.

Public :

- Service marketing
- Webmaster.
- Tout public souhaitant comprendre le fonctionnement des médias sociaux.

Inscription :

L'inscription définitive se fera via un bulletin d'inscription à renvoyer par email ou courrier.

Taux de satisfaction des stagiaires :

Le taux de satisfaction de cette formation sera actualisé après la formation. Prochainement tous les avis seront affichés sur notre site et certifiés par Avis Garantis.

Prérequis :

Il est recommandé d'avoir des notions sur l'utilisation d'internet et de comprendre les principes du SEO et SEA pour suivre la formation Google.

MODALITÉS

Accessibilité :

Pour toutes nos formations, nous réalisons des études préalables pour adapter les locaux, les modalités pédagogiques et l'animation de la formation en fonction de la situation de handicap annoncée. En fonction du type de demandes, nous mettons tout en œuvre pour nous tourner vers les partenaires spécialisés. Pour les personnes en situation de handicap, n'hésitez à nous contacter.



Campagnes AdWords
Réf : ADW-RF
Date de création : 11/10/2021
Mise à jour : 12/03/22

Modalité pédagogique :

Formation délivrée en présentiel avec une première partie théorique dédiée à la meilleure compréhension des enjeux lors d'un incendie, en alternance avec des méthodes démonstratives, des exercices pratiques et des mises de situation.

- Moyens pédagogiques techniques :
- Diaporamas, échanges et partages d'expérience.
- Exercices et études de cas spécifiques à l'entreprise

Comment le stagiaire peut se situer ?

Tout au début de sa démarche ou celle de la société pour laquelle il travaille, grâce à un premier audit d'évaluation réalisé avec une méthodologie et une formation complète qui lui est proposée.

En cours de démarche pour avoir une mise à jour ou actualisation sur ses pratiques et pour explorer de nouvelles pistes.

Modalités d'évaluation :

- En début de formation, avec un audit préalable d'évaluation des risques de l'unité de travail de l'employé.
- En cours de formation, pendant les Interactions entre les participants et le formateur à l'aide de mises en situation permanentes (Situations spécifiques dans la résolution de problèmes).
- En cours de formation, grâce à la pédagogie par l'action du formateur qui utilise son expérience pour entraîner les participants aux différentes postures et donner les conseils adéquats pour ensuite réaliser des jeux de rôles.
- En cours de formation, avec de tests réguliers de contrôle des connaissances.
- Test pratique en fin de formation.
- Évaluation à chaud fin formation.
- Remise d'une attestation individuelle de formation dont seront précisés les objectifs pédagogiques, le nombre d'heures total de la formation, la validation des acquis et la date.
- Évaluation à froid, 40 jours après la formation pour valider le transfert de vos acquis en situation de travail.
- Suivi tous les 3 mois avec le fichier « Suivi trimestriel Prévention - Base de connaissances Formations ».

Validation et sanction :

Remise d'une attestation individuelle de formation précisant les objectifs pédagogiques, le nombre d'heures total de la formation, la validation des acquis et la date de réalisation.

Admission et déroulement :

- Rendez-vous téléphonique ou présentiel pour réaliser un questionnaire préalable d'évaluation des risques professionnels pour mieux définir les contraintes spécifiques de chaque employé dans l'unité de travail concernée.



Campagnes AdWords
Réf : ADW-RF
Date de création : 11/10/2021
Mise à jour : 12/03/22

- Proposition d'un plan d'action prenant en compte la situation collective et individuelle du salarié qui sera incluse dans le contenu de la formation.
- Envoi de tous les éléments administratifs incluant le programme de formation, le devis et la convention.
- Réalisation de la formation avec les modalités d'évaluation décrites ci-dessus.
- Enquête de satisfaction en fin de formation.
- Remise d'une attestation individuelle de formation.
- Remise d'outils pour maintenir l'application des connaissances acquises dans la durée.
- Enquête à froid 40 jours après la formation.
- Easy Partenaire se réserve le droit d'annuler la formation si le nombre de stagiaires est inférieur à 4 personnes. Le maximum sera de 12 stagiaires par session.

Expérience et résultats :

Nous sommes certifiés et pleinement engagés dans une démarche qualité constante respectant les critères de qualité de Datadock et Qualiopi.

Taux de satisfaction : (nouvelle formation) : Sera la moyenne des notes attribuées par un stagiaire de la formation de guides et serre-files d'évacuation au cours des 12 derniers mois.

PROGRAMME

Comprendre l'environnement Google Ads

- S'initier au Marketing de la Performance, aux principes et au fonctionnement du Search Marketing.
- Se représenter les notions de données du Marché, leviers de développement et le principe du référencement.
- Identifier les avantages et les inconvénients de Google AdWords.
- Appréhender le glossaire et les différents ratios utilisés dans une campagne AdWords.

Google Ads : Assimiler ses principes, composantes et fonctionnement

- L'audience et les réseaux de ciblage : Le réseau de recherche, le réseau display, interactions et complémentarité.
- Les annonces AdWords : Définition et fonctionnement, les principes d'affichage.
- Enchères et qualité : Principes d'enchères, enchères automatiques et manuelles, niveau de qualité et quality score.
- L'Interface AdWords : Structure du compte, organisation de l'interface AdWords et gestion des campagnes, le centre de Rapports.
- Les outils complémentaires : Le générateurs de mots clés, Focus sur Google Analytics, Google Trends.



Campagnes AdWords
Réf : ADW-RF
Date de création : 11/10/2021
Mise à jour : 12/03/22

Maîtriser la création et lancement d'une campagne de référencement payant/SEA

- Définir des objectifs marketing en fonction de sa cible.
- Augmenter la visibilité d'une marque.
- Promouvoir de nouveaux produits/services.
- Augmenter le trafic vers un site Web.
- Dynamiser les ventes.
- Constituer une base de données clients.

Optimiser son site web pour mieux déterminer le ROI

- Tester et optimiser son site.
- Soigner son contenu.
- Sélectionner des pages de destination pertinentes

Créer sa structure de campagne

- Créer les groupes d'annonces, rédiger des annonces efficaces et percutantes.
- Choisir des mots clés pertinents, options de ciblage des mots clés.
- Fixer son CPC maximum et son budget quotidien.
- Activer son compte.

Optimisations de ses campagnes sur Google Ads

- Retour sur investissement et suivi des conversions : Statistiques et Google Analytics, suivi des conversions.
- Exploiter de nouveaux supports : Le réseau display, Google Maps et Adresses, Adwords mobile.

Format :

- Présentiel ou à distance.

Qualification du formateur :

Formateur spécialisé en marketing digitale et le référencement.