

Google Ads : Génération de prospects (leads)

Durée de la formation : 24 H

Formation : Google Ads : Génération de prospects (leads)

Objectif principal de la formation

Permettre aux participants de maîtriser Google Ads afin de créer et de gérer efficacement des campagnes publicitaires dans le but de générer des prospects (leads).

Apport de la formation

À l'issue de cette formation, les participants bénéficieront de plusieurs compétences et connaissances clés :

Compétences pratiques en publicité en ligne :

- Capacité à créer, gérer et optimiser des campagnes publicitaires sur Google Ads.

Optimisation des pages de destination :

- Savoir concevoir et améliorer des pages de destination qui favorisent la conversion des visiteurs en clients.

Analyse des performances :

- Capacité à suivre et analyser les résultats des campagnes, permettant des ajustements basés sur des données concrètes.

Plan de Formation : Google Ads : Génération de prospects (leads)

Module 1 : Introduction à Google Ads

Présentation de Google Ads

Fonctionnalités principales de Google Ads

Types d'annonces :

- Annonces de recherche
- Performance Max
- Campagnes vidéo

Module 2 : Création d'une Campagne de Conversion

Structure de la campagne Google Ads

Configuration des conversions

Pages de destination :

- Caractéristiques d'une page réussie
- Analyse d'une page de destination

Recherche de mots-clés

- Outils et méthodes pour trouver les mots-clés pertinents.

Plan de Formation : Google Ads : Génération de prospects (leads)

Stratégies d'enchère :

- Introduction aux différentes stratégies d'enchères utilisées dans Google Ads.
- Choix de la stratégie adaptée aux objectifs

Creation des audiences

- Définir et segmenter les audiences cibles.

Création des annonces pertinentes :

- Introduction au score de qualité.
- Optimisation des titres et descriptions.

Module 5 : Création d'une campagne de notoriété

Approches pour créer une campagne de recherche qui booste la notoriété

Module 6 : Suivi et reporting

Suivi des performances des campagnes

Reporting et analyse des résultats