



Formations en webmarketing & stratégie digitale

Intitulé de la formation : Se promouvoir sur Google avec Google Ads

Durée : 7 heures / 1 journée

Pré-requis : Savoir naviguer aisément sur internet et être doté d'une carte de crédit

Public visé : Toute personne de l'équipe de communication et marketing d'une structure, ou toute personne de la direction souhaitant prendre en main la promotion en ligne.

Objectifs de la formation : à l'issue de la formation, les stagiaires seront capables de :

« Créer une première campagne de promotion avec Google Ads en respectant l'objectif et le budget définis par l'entreprise et qui soit immédiatement opérationnelle. »

Date et lieu de la formation : voir la convention ou le devis

Encadrement pédagogique : réalisé par le responsable d'Alatere Web

Intervenant : professionnel du e-commerce en activité depuis 20 ans avec une expérience dans l'enseignement du webmarketing dans les écoles de commerce prestigieuses françaises et auprès des professionnels.

Méthodes pédagogiques :

- Apports théoriques et méthodologiques, illustrés d'exemples concrets montrant l'application des notions abordées.
- Mise en pratique individuelle de la formation (un ordinateur et un smartphone par stagiaire) avec la création d'un compte Google pour entreprise.
- Études de cas, mises en situations : analyses interactives, identification des bonnes / mauvaises approches et corrections

Modalités d'évaluation des acquis :

- Évaluation initiale : questionnaire ou mise en situation pour évaluer les acquis et lacunes de chaque stagiaire
- Évaluation continue de la progression (au cours des exercices de mise en application) : contrôle de l'acquisition des notions étudiées et de la capacité à les mettre en application, identification des axes de progression.

Matériel spécifique utilisé en formation :

Avoir à disposition :

- un ordinateur,
- un smartphone,
- une connexion internet
- une adresse email valide
- une carte de crédit de l'entreprise



Alatere Web

Formations en webmarketing & stratégie digitale

Contenu du programme :

NB : utiliser la taxonomie de Bloom pour décrire la progression. Ensuite, il faut transformer en contenu qui deviendra le programme.

1^{ère} étape :

Le stagiaire apprendra à tester le moteur de recherche Google avec des mots-clés qui lui semblent pertinents par rapport à l'activité de son entreprise

2^{ème} étape :

Le stagiaire apprendra à identifier, sur la page de résultats de Google suite à sa requête, les différents liens pointant vers les ressources que Google considère, parmi toutes celles qu'il indexe, comme pertinentes pour cette requête au regard de son système de classement intrinsèque.

3^{ème} étape :

Par ces exemples de requête, le stagiaire apprendra les notions bases du fonctionnement du moteur de recherche Google et du référencement.

4^{ème} étape :

Avant d'ouvrir un compte Google Ads, le stagiaire apprendra à vérifier s'il possède un compte Google et à en créer un s'il n'en possède pas.

5^{ème} étape :

Le stagiaire apprendra à créer un compte Google Ads à partir de son compte Google et avec une carte de crédit de son entreprise.

6^{ème} étape :

Le stagiaire apprendra à choisir le type campagne à lancer (en fonction de ses objectifs) et à paramétrer celle-ci en fonction de sa cible marketing et de son budget.

7^{ème} étape :

Le stagiaire apprendra à analyser le résultat de sa campagne et à identifier les critères pertinents de performance.