

Comprendre la publicité en ligne

(dont Google Ads, Facebook Ads et Google Analytics)

 Durée	5 jours- 35 heures
 Niveau	Intermédiaire
 Public	Assistant marketing, Assistant de communication, Chef de projet, Chef d'entreprise qui débute sur les réseaux sociaux, commerciaux. Groupe de 10 personnes maximum.
 Pré-requis	Notions de web
 Objectifs pédagogiques de la formation	Savoir créer des campagnes publicitaires sur Google Ads et Facebook Ads. Comprendre les bases de Google Analytics
 Animateur/ Formateur	Chargé de projet communication et marketing, spécialisé dans les réseaux sociaux
 Moyens d'encadrement	L'encadrement des stagiaires sera assuré par la direction de Kouros Formation ou, à défaut, par le formateur.
 Modalités et pédagogie	Questionnaire d'évaluation en amont et en fin de formation - Programme entièrement personnalisé avec des cas pratiques et études de cas, Quizz - Support Stagiaire - Attestation de fin de stage.

PARIS

LYON

MARSEILLE

NICE

MONTPELLIER

STRASBOURG

LILLE

NANTES

TOULOUSE

Programme 1/2

Jour 1 - Google Ads

▶ 9h - 12h30

Première partie et mise en place de la formation

- Objectifs d'apprentissage
- Présentation du cours
- Echanges pour appréhender le niveau de chacun
- Comment faire sa veille pour développer ses compétences sur Google Ads
- Les bases du marketing digital new generation

Les outils digitaux pour définir sa stratégie digitale

- Google Trends : Qu'est-ce que vos clients recherchent ?
- Think with Google : s'inspirer et mieux connaître ses clients
- Answer the public : comment vos clients font leurs recherches ?
- Ubersuggest
- Semrush

▶ 14h - 17h

Fonctionnement de l'algorithme de Google Ads

- Comprendre la page de résultats
- Quel est le paysage de la publicité en ligne ?

- Qui sont les acteurs du marché ?
- Comprendre le fonctionnement de Google Ads
- La méthodologie pour créer des campagnes SEA :
 - Les différents modèles de publicité
 - Diffuser des campagnes via la régie publicitaire de Google

Jour 2 - Facebook Ads

▶ 9h - 12h30

Focus Facebook - Pourquoi utiliser Facebook ?

- La méthodologie pour créer des campagnes sur Facebook Ads :
 - Les différents modèles de publicité
 - Diffuser des campagnes via la régie publicitaire de Facebook
 - Les canaux les plus performants pour la publicité en ligne
- Définir ses objectifs digitaux par rapport aux objectifs de l'entreprise
- Identifier ses personas types pour répondre à leurs besoins :
 - Qu'est-ce qu'un persona ?
 - Qui sont mes personas types ?
 - Comment définir ses personas digitaux ?


KOUROS FORMATION, une marque GRAPHIK CHANNEL

Sarl au capital de 20.000€ enregistrée sous le numéro de Siret : 492 486 121 00022

Numéro de déclaration : 11 75 41 542 75

11 rue Jouye Rouve - 75020 Paris • 01.83.56.08.28 • info@kouros.fr • www.kouros.fr



K-2022-v1.0 27/09/2022

Programme 2/2

- Quel est le comportement de mes personas (attentes, mot clés utilisés, journée type, manière de rechercher etc...)

- L'apparition des micro moments
- Comment faire un choix d'emplacement et de format afin d'optimiser sa campagne ?
- Comment cibler efficacement sa campagne et quels sont les différents supports ?
- Comment mesurer le résultat de sa campagne ?

▶ 14h - 17h

- Les meilleurs pratiques en terme de publicité en ligne
- L'apport de la science comportementale pour doper les ventes et son utilisation sur Facebook

Jour 3 - Google et Facebook

▶ 9h - 12h30

- Découverte de la plateforme
- Création Campagne Google Ads : de A à Z

▶ 14h - 17h

- Découverte de la plateforme
- Création Campagne Facebook Ads : de A à Z

Jour 4 - Google Analytics

▶ 9h - 12h30

- Définir des KPIs pertinents pour exploiter ses personas
- Qu'est-ce qu'un KPI ?
- Quels KPIs pour quels objectifs ?
- Où trouver vos KPIs ?
- Comment interpréter ses KPIs ? (cas pratiques Google Analytics)

- Optimiser sa stratégie digitale grâce à l'analyse des KPI's (Google Analytics)

- Les différents aspects de l'analyse d'audience
- Les leviers importants à utiliser
- Évaluer et interpréter sa performance (CTR : taux de conversion, etc...)
- Optimiser sa stratégie digitale

▶ 14h - 17h

- Pratique Google Analytics

- Sortir les rapports (automatisation, analyse)
- Les intégrer dans un tableau de bord sur Google Sheets

Jour 5 - Mise en pratique / cas concret

▶ 9h - 12h30

- Pratique Google Ads et Facebook Ads

- Suivi des campagnes
 - Comment faire son suivi de campagne ?
- Comment optimiser les mots-clés ?
 - Combien de mots-clés choisir ?
 - Quels mots-clés à ajouter ?
 - Quels mots-clés exclure ?
- Comment choisir le bon emplacement ?

▶ 14h - 17h

- Création d'une campagne display
- Création d'une campagne de marketing
- Création d'une campagne de shopping
- Comment développer son plan média ?

Evaluation des connaissances acquises

