

OPTIMISER SES CAMPAGNES GOOGLE ADS NIVEAU INTERMÉDIAIRE

Tél

0692 40 46 46

Email

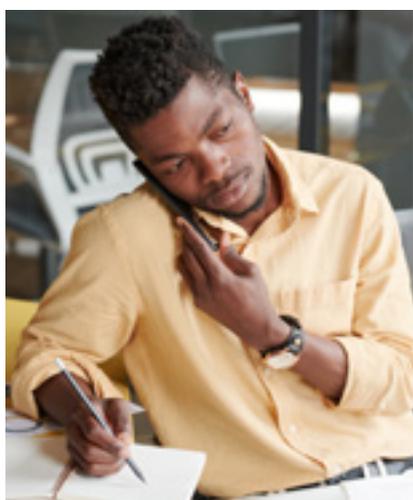
hello@plaup.re

OBJECTIFS & CIBLE



OBJECTIFS

1. Analyser les performances de ses campagnes Google Ads
2. Optimiser les mots-clés, annonces et enchères
3. Découvrir les fonctionnalités avancées (extensions, audiences, conversions)



POUR QUI ?

Entrepreneurs, artisans, commerçants, indépendants, dirigeants de TPE/PME, chef de projet
Personnes ayant suivi le niveau 1 ou ayant une expérience pratique de Google Ads

PRÈ-REQUIS

- Avoir un compte Google Ads actif avec au moins une campagne lancée

ENCADREMENT



VOTRE FORMATRICE : FARAH BADAT

Avec plus de 10 ans d'expérience dans le digital, j'ai travaillé en agence de communication et en tant que freelance, collaborant avec des secteurs variés tels que la mode, l'automobile, la restauration ou encore le bâtiment. Cette diversité m'a permis de développer une vision globale et adaptée aux enjeux spécifiques de chaque domaine. Curieuse et passionnée, je suis engagée à transmettre des savoir-faire concrets et innovants pour accompagner votre réussite.

MOYENS PERMETTANT DE SUIVRE L'EXÉCUTION DE LA FORMATION

Une feuille d'émargement est à signer matin et après-midi par les stagiaires et le formateur. En cours de formation, des exercices pratiques sont réalisés afin de vérifier la compréhension par les stagiaires.

MODALITÉ PÉDAGOGIQUE

Formation réalisée en présentiel ou distanciel

DURÉE : 1 JOURS (7H)

DÉLAIS D'ACCÈS : 15 JOURS

ACCESSIBILITÉ PSH

Nous faisons notre possible pour que cette formation soit accessible aux personnes porteuses de handicap. Merci de prendre contact avec le référent de l'organisme pour toute demande spécifique.

TAUX DE SATISFACTION & RECOMMANDATION : EN COURS

TARIFS : 490€ HT / STAGIAIRE

PROGRAMME DÉTAILLÉ

CALENDAR

WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
2 meeting	3	4	5
9	10	11	12
16	17	18	19
24 Conference skype	25 break	26	27
31			

JOUR 1

1. LIRE ET INTERPRÉTER LES DONNÉES GOOGLE ADS (1 H)

- Vue d'ensemble des KPIs : CTR, CPC, Quality Score, conversions
- Comprendre les rapports : termes de recherche, annonces, enchères
- Analyse des résultats réels (campagnes des participants)

2. OPTIMISER LES MOTS-CLÉS ET LES ANNONCES (1 H)

- Mots-clés à exclure (négatifs), types de correspondance
- A/B testing d'annonces : principes et outils
- Stratégie de rotation et score de qualité

ATELIER PRATIQUE : (1 H) AUDIT D'UNE CAMPAGNE ACTIVE



Email



1:00 PM

- All
- More
- Compose**
- Inbox (107)
- Starred
- Sent Mail
- Drafts (10)
- Notes
- More

- | | | |
|--------------------------|-----------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | me customer (1) | Re: company info ... |
| <input type="checkbox"/> | email | no subject ... |
| <input type="checkbox"/> | me friends (1) | Re: 2 new notific ... |
| <input type="checkbox"/> | customer no (1) | Re: company info ... |
| <input type="checkbox"/> | me customer (1) | Re: company info ... |
| <input type="checkbox"/> | me customer | Meeting today ... |
| <input type="checkbox"/> | Join us | New Sign-in on Computer ... |
| <input type="checkbox"/> | me customer (1) | Re: On 23 October at 09:55 ... |
| <input type="checkbox"/> | email | What do you think so far? |
| <input type="checkbox"/> | customer no (1) | company info ... |
| <input type="checkbox"/> | customer | no subject ... |
| <input type="checkbox"/> | me customer | We want some ... |
| <input type="checkbox"/> | me customer (1) | Re: company info ... |
| <input type="checkbox"/> | email | no subject ... |

JOUR 2

4. GÉRER LES AUDIENCES ET LE CIBLAGE AVANCÉ (1 H)

- Remarketing, audiences similaires, données démographiques
- Ajustements d'enchères selon l'audience ou l'appareil

5. BOOSTER LA PERFORMANCE (1 H)

- Suivre les conversions et mesurer le ROI
- Mettre en place des extensions d'annonces

ATELIER PRATIQUE : (1 H) APPLICATION DES OPTIMISATIONS

6. ÉVALUATION ET CONCLUSION (1 H)

- Bilan des apprentissages
- Questionnaire de satisfaction
- Plan d'action personnalisé pour chaque participant



**MODALITÉ D'ÉVALUATION :
MISES EN PRATIQUE ET QUIZ INTERACTIFS
PLAN D'ACTION INDIVIDUEL**

CONTACT

TÉL

0692 40 46 46

EMAIL

hello@plaup.re

WWW.PLAUP.RE



Version mars 2025