

Formation : Google Ads : optimiser ses campagnes à l'heure de l'IA

Cours pratique - 2j - 14h00 - Réf. GAD

Prix : 1590 CHF H.T.



4,4 / 5

Cette formation vous permettra d'acquérir les bonnes pratiques pour optimiser tant la gestion des campagnes que la maximisation de leur ROI. Elle vous permettra d'aborder les dernières évolutions de l'interface Google Ads (Performances Max, type de ciblage, audiences, etc.).



Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Assimiler le fonctionnement de l'algorithme Google
- ✓ Mettre en place une campagne à l'heure du machine learning
- ✓ Piloter et optimiser ses campagnes SEA
- ✓ Mettre en place des campagnes Display/Video en complément de ses campagnes Search

Public concerné

Responsable marketing, responsable e-commerce, responsable communication, chef de produits.

Prérequis

Connaissance de base en marketing digital.

Vérifiez que vous avez les prérequis nécessaires pour profiter pleinement de cette formation en faisant [ce test](#).

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Apports théoriques, échanges de bonnes pratiques, exercices et études de cas.

PARTICIPANTS

Responsable marketing, responsable e-commerce, responsable communication, chef de produits.

PRÉREQUIS

Connaissance de base en marketing digital.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Comprendre le fonctionnement de l'algorithme Google

- Rappel du principe des enchères.
- Panorama des solutions proposées dans Google Ads.
- Cadrer sa campagne SEA : définir son objectif et son budget de campagne.
- Optimiser son utilisation de Google AdWords Editor.

Travaux pratiques

Définir le cadre d'une campagne SEA.

2 Mettre en place une campagne à l'heure du machine learning

- Définir et suivre les conversions attendues.
- Les impacts du RGPD sur les conversions Google Ads.
- Structurer son compte Google Ads et les types de ciblage (exact, expression, large, négatif).
- Choisir la bonne stratégie d'enchère en fonction du contexte de la campagne.
- Maîtriser les bons paramétrages de vos campagnes Google Shopping.

Travaux pratiques

Création d'une campagne : les erreurs à éviter

3 Piloter et optimiser ses campagnes SEA

- Suivre les bons indicateurs clés de vos campagnes SEA : du pilotage aux stratégies d'optimisation.
- Optimiser sa campagne : campagne SKAG/Tapering, test A/B, ajustements d'enchère, campagne brouillons.
- Analyser son score d'optimisation et mesurer les impacts sur la performance de ses campagnes.
- Comprendre le véritable rôle et la contribution des campagnes SEA dans votre plan de communication numérique.

Travaux pratiques

Analyse des performances de campagnes : identifier les optimisations à mettre en œuvre.

4 Mettre en place des campagnes Display/Video

- Définir ses scénarios de campagne : les spécificités des campagnes Display.
- Identifier les audiences à créer pour ses campagnes Display/Video (comportementales, personnalisées, segment Google Ads).
- Maîtriser la méthode AIDA pour créer des annonces performantes.

Travaux pratiques

Paramétrer et analyser sa campagne Performance Max.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

CLASSE À DISTANCE

2026 : 2 avr., 25 juin, 5 oct., 26 nov.