



**Intervenant :** Jean-Philippe HORARD

**Durée, date et horaires :** 1.5 jours

• 29/02/24 - 9h30-17h30 et 1/03/24 9h30-12h30

**Tarif Adhérent :** 200 €HT (240 €TTC)

**Tarif Non Adhérent :** 300 €HT (360 €TTC)

Prise en charge FAF – OPCO possible.

Contact : Sylvie Bley

s.bley@cgamp.asso.fr

**Modalités :**

- En présentiel
- Toulouse
- Nombre de participants mini : 5

**Public concerné :**

- Dirigeant d'entreprises adhérentes au CGA MP, leur associé, leur conjoint, leurs salariés.
- Non adhérent au CGA MP

**Prérequis :**

Connaître les bases du marketing et de la publicité. Être familier de l'utilisation des moteurs de recherche (Google...). Avoir un intérêt pour le e-commerce et la publicité en ligne.

**Inscriptions :**

- 30 jours max avant le début de la formation si prise en charge par votre FAF ou OPCO

**Contact :**

Sophie Douhet :

s.douhet@cgamp.asso.fr

Tél. : 05 62 16 73 54

Mob. : 06 12 25 12 78

**CENTRE DE GESTION**

**AGRÉÉ MIDI-PYRÉNÉES**

13, avenue Jean Gonord

31 500 Toulouse

[www.cgamp.asso.fr](http://www.cgamp.asso.fr)

N° identification CGA 1 01 310

SIRET 309 172 997 00046

Association déclarée loi du 1<sup>er</sup> juillet 1901

Haute-Garonne N°9048 JO du 06/07/75

Décision d'agrément du 28/09/76.

COMMUNIQUER - PROGRAMME DE FORMATION

## GOOGLE ADS : VOTRE PREMIERE CAMPAGNE PUB

### Objectifs pédagogiques

- ✓ Saisir le champ d'applications et l'écosystème du Search Marketing.
- ✓ Comprendre la logique et le fonctionnement du référencement payant.
- ✓ Être capable de mettre en ligne et d'optimiser sa première campagne de liens sponsorisés.
- ✓ Les outils, techniques, enjeux, risques et étapes d'un projet d'e-commerce.
- ✓ Comprendre les principes du Web Marketing.

### Contenu

- **Écosystème du search :** Les moteurs - SEA vs web marketing- SEA vs SEO - Évolutions & marché
- **SEA : principes et fonctionnement :** Mots clefs - Annonces - Segmentation - Quality score.
- **SEA : ma première campagne :** Trouver les bon mots clefs - Estimer son potentiel de trafic - Rédiger une annonce percutante - Mettre en place le tracking des conversions.
- **SEA : tracking et optimisations :** Analyser ses résultats - Optimiser ses mot clefs - Optimiser ses annonces - Trouver les niches de rentabilité

### Moyens pédagogiques

Alternance de séquences théoriques et pratiques

Fiches récapitulatives « Bonnes pratiques »

### Évaluation

Quiz au démarrage. L'évaluation est réalisée tout au long de la formation à travers des cas pratiques personnalisés. Le stagiaire évalue sa progression à l'issue de la formation, confirmée par l'intervenant.

### Suivi

Feuilles d'émargement - Attestation de fin de formation individuelle - Questionnaire stagiaire

### Accessibilité

Vous êtes en situation particulière ? Contactez le service formation pour répondre à vos besoins spécifiques lié à votre handicap.