

## Publicité digitale (Google Ads & Social Ads)

**Public :** Responsables marketing. Chargés d'acquisition. Dirigeants.

**Prérequis :** Aucun prérequis nécessaire

**Durée :** 2 jours (14 heures).

*Format modulable : possibilité d'adaptation sur 1 jour (initiation) ou 2 jours (approfondissement)*

**Objectifs :** À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

Comprendre le fonctionnement des campagnes publicitaires

Créer et paramétrer des campagnes

Optimiser les performances

Piloter le ROI

### Programme :

---

#### Comprendre les fondamentaux de la publicité digitale

##### Identifier les leviers d'acquisition payants

- Fonctionnement des plateformes publicitaires (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads)
- Différence entre intention (Search) et interruption (Social)
- Choisir le bon canal selon ses objectifs

##### Définir ses objectifs publicitaires

- Notoriété, trafic, leads, conversions
- Alignement avec le tunnel de conversion

#### Structurer une campagne performante

##### Définir ses audiences

- Ciblage démographique et comportemental
- Audiences personnalisées et similaires
- Segmentation des campagnes

##### Construire une campagne efficace

- Structure des campagnes (campagne / groupe / annonce)
- Rédaction d'annonces impactantes
- Choix des mots-clés (Google Ads)

→ Atelier : création d'une campagne type

#### Optimiser la performance des campagnes

##### Analyser les indicateurs clés

- CPC, CTR, taux de conversion
- Coût par lead / coût d'acquisition

### **Optimiser les campagnes**

- Ajustement des enchères
- Amélioration des annonces
- Optimisation du ciblage

→ *Étude de cas : analyse et amélioration d'une campagne existante*

### **Améliorer le retour sur investissement (ROI)**

#### **Suivre les conversions**

- Mise en place du tracking
- Lecture des données

#### **Optimiser les budgets**

- Allocation budgétaire
- Arbitrage entre canaux

#### **Tester et améliorer en continu**

- Tests A/B
- Optimisation progressive

→ *Atelier : plan d'optimisation d'une campagne*

### **Articuler publicité et tunnel de conversion**

- Lien entre publicité et landing page
- Cohérence message / cible / offre
- Optimisation globale du parcours

→ *Lien direct avec formation tunnel de conversion*

→ *Formation disponible en intra-entreprise avec adaptation au contexte et aux outils utilisés*

### **Méthodes pédagogiques :**

Cas pratiques

Création de campagnes

Analyse de comptes publicitaires

Exercices d'optimisation

### **Modalités d'inscription :**

L'inscription est validée par un entretien téléphonique ou physique.

### **Modalités d'évaluation :**

Auto-positionnement initial et final

Exercices pratiques tout au long de la formation

Questionnaire de validation des acquis