

Découvrez l'impact et les possibilités du réseau display

Indicateurs de résultats



Plus de 10 ans
d'expériences métier



300 entreprises formées
depuis la création de AdQuality



100 stagiaires



Une note de 9,5 sur 10
sur Avis Vérifiés



Public concerné :

Chefs de projet, responsables digitaux, webmasters, chargés de communication, responsables marketing, directeurs commerciaux, responsables Internet, chefs de produits...



Objectifs :

- Comprendre les enjeux du réseau Display
- Maîtriser les bonnes pratiques Display
- Définir une stratégie efficace sur le réseau Display
- Générer du trafic ciblé et mesurer le ROI



Modalités d'accès :

- Délai d'accès :

Après signature de la convention et acompte du devis ou après la validation de l'organisme financeur (OPCO/Pôle Emploi).

Le stagiaire pourra entrer en formation aux dates communiquées au préalable sur le devis ou la convention. Dans le cadre des formations en **INTRA-ENTREPRISE**, l'accès à la formation s'effectue, au plus tard, dans les 30 jours qui suivent la validation de la convention ou du devis.

- Accessibilité :

Pour toutes demandes concernant l'accessibilité de nos formations pour les personnes en situation de handicap, merci de contacter la responsable formation au numéro suivant : [01.73.43.55.38](tel:01.73.43.55.38) ou à l'adresse e-mail formation@adquality.net.

PROCHAINES DATES DE FORMATION INTER-ENTREPRISE

15 Juin 2020

13 Juillet 2020

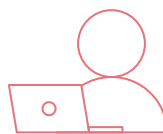
02 Septembre 2020

21 Octobre 2020



Prérequis :

Connaissances des bases de Google Ads



Durée de l'action :

8 heures de formation

(En présentiel : 1 journée de formation /
En distanciel : 2 sessions de 3 heures et demi)



Lieux de l'action :

- Au sein d'une agence AdQuality à Nice ou à Paris
- En intra-entreprise, dans les locaux de l'apprenant
- Dans une salle louée pour la durée de la formation, avec une accessibilité pour les personnes en situation de handicap
- En distanciel accessibilité en visioconférence, sous forme de classe virtuelle en situation de handicap



Intervenants :

Toutes nos formations sont dispensées par un expert Google Adwords, avec un contenu adapté, aussi bien pour des particuliers souhaitant découvrir la publicité payante ou des professionnels en poste souhaitant monter en compétences.

Nos engagements :

- Des experts seniors, avec minimum 2 ans d'expériences sur Google Ads
- Des mises à jours régulières sur nos programmes de formations
- Des partages d'expériences sur des cas clients
- Des cas pratiques pertinents en fonction de vos besoins



Méthodes pédagogiques :

Cours en présentiel ou en visioconférence avec support de présentation Google Ads pour débutant
Cas pratiques, exercices d'applications
Partages d'expériences, étude de cas clients



Évaluations pédagogiques :

- Test d'évaluation en fin de formation.
- Quizz après chaque module de formation pour valider les connaissances
Auto-évaluation pré VS post formation pour justifier la montée en compétences
- Cette formation est éligible au CPF grâce à notre collaboration avec Alternative DiGiT, qui délivre des certifications webmarketing.



Évaluation de la satisfaction :

- Enquête de satisfaction à chaud en fin de formation.



Validation / Sanction pédagogique :

- Certificat de réalisation
- Attestation de fin de formation avec mention du niveau d'acquisition des connaissances

Contenu de la formation Display et Remarketing

Introduction au Display

- Qu'est-ce que le réseau display ?
- Quels sont les emplacements possible ?
- Avantages & Inconvénients
- Pour qui et dans quel but ?

Les notions clés

- Les types de ciblage Display (mots clés, emplacement, thématiques)
- Les enchères (CPM, CPV, CPA, CPC)
- Qu'est-ce qu'une audience ?
- Complémentarité entre audience et remarketing

Les annonces

- Les annonces responsive
- Importation d'annonces illustrées
- Url de redirection
- Les bonnes pratiques pour des annonces efficaces

Remarketing

- Best Practices remarketing par typologie d'annonceur
- Les tops audiences à mettre en place
- Les bonnes pratiques par audience
- Création des tops audiences

Mise en pratique

- Optimisation live d'une campagne display
- Rapport, Analyse et Enseignements

Création d'une campagne Display

- Type de campagne Display
- Zone et option Géographique
- Système d'enchères
- Affichage et Rotation des annonces
- Gestion des appareils de diffusion
- Outil et estimation de l'impact

Campagne GMAIL SPONSORED (GSP): Comment ça marche ?

- Principes et fonctionnement
- Base client & clone marketing
- Les différentes visuels pour les campagnes GSP
- Bien utiliser Google Adwords Customer
- Les stratégies d'optimisation