

Obtenir et maximiser la subvention publicitaire de Google

S'adresse aux :

Professionnels des communications et marketing d'organismes à but non lucratif, ou toute personne dans ce type d'organisation souhaitant mettre en place et gérer des campagnes de référencement payant via le programme Google Grants.

Formule :

Une journée complète de 9h à 17h

Durée :

7 heures (1 jour)

Inclus :

Tout est compris : le déjeuner, les pauses santé, le dîner préparés par le restaurant Rhubarbe et le matériel didactique. Matériel requis : Ordinateur portable

Objectifs

- Comprendre le programme Google Grants, son fonctionnement et son évolution
- Comprendre les principes du référencement subventionné et développer sa stratégie
- Apprendre à créer, paramétrer, mettre en ligne et optimiser sa campagne

Programme complet

1/Bien comprendre le programme de Google Grants

- Survol des outils numériques spécialement dédiés aux OBNL
 - Historique et évolution du programme Google Grants
 - Forces, faiblesses et rôle du référencement payant parmi les médias
 - Différences entre un compte Google Ads (AdWords) régulier et subventionné
 - Opportunités, limites et alternatives
 - Admissibilité et processus d'inscription
- [Atelier] Ouvrir son compte et compléter le processus d'inscription

2/Construire une base solide

- Comprendre le fonctionnement du système d'enchères et ses implications
 - Concepts clés liés aux mots-clés, requêtes, annonces, extensions, etc.
 - Identification et catégorisation des thématiques de mots-clés
 - Comment structurer son compte publicitaire (campagnes et groupes d'annonces)
 - Estimer le potentiel de ses campagnes
- [Atelier] Créer sa propre structure de compte publicitaire

3/Créer ses listes de mots-clés

- Distinction entre les requêtes et mots-clés
- Maîtriser les types de correspondances
- Outils et techniques pour créer ses listes mots-clés positifs et négatifs
- [ATELIER] Créer ses propres listes de mots-clés

4/Créer ses annonces et extensions

- Types d'annonces textuelles
 - Types d'extensions publicitaires
 - Outils et meilleures pratiques pour la création d'annonces et d'extensions
- [Atelier] Créer ses propres annonces et extensions

5/Mettre en ligne et paramétrer ses campagnes

- Outils et processus de mise en ligne
 - Connexion avec Google Analytics et paramétrage des objectifs
- [Atelier] Mettre en ligne et paramétrer ses propres campagnes

6/Analyser et optimiser ses campagnes

- Indicateurs de performance à prioriser ou éviter
 - Principales techniques d'optimisation
 - Analyse et mesure des retombées réelles
 - Outils pour la création de tableaux de bord
- [Démonstration] Mesurer, analyser et optimiser des campagnes Google Grants

7/Debrief

- Retour sur la formation
- Outils supplémentaires et ressources en ligne
- Prochaines étapes

Les « plus »

- Une méthode unique incluant un débrief de 30 minutes rappelant les notions apprises.
- Méthode pédagogique axée sur des cas pratiques et des techniques concrètes.

Les avantages du CAMPUS Infopresse pour votre entreprise :

- Attestation Infopresse indiquant les unités d'éducation continue validée (0,7), signée par l'experte et Infopresse
- Formations reconnues par la Commission des partenaires du marché du travail et la SOFEDUC
- Certaines formations peuvent être éligibles à la loi du 1 %