

PROGRAMME

Expert.e Search Engine Advertising



**PUBLICIS
MEDIA**



oreegami

L'académie gratuite du marketing digital

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS

- 400 heures présentielles (7 heures par jour, 5 jours par semaines, de 9h30 à 18h)
- 15 Stagiaires
- Du 17/01/2022 au 08/04/2022

MODALITES FINANCIERES

- Gratuit pour les apprenants
- Financement à 100% en POEc avec l'OPCO AFDAS

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE

Élaborer une stratégie Search Marketing

- savoir interpréter un brief client, poser les bonnes questions pour réaliser une recommandation adaptée
- identifier les cibles et les objectifs
- comprendre la place du search marketing dans une stratégie multicanal
- recommander et mettre en œuvre une stratégie d'investissement pertinente en fonction du budget fourni.
- identifier les bons acteurs et comprendre l'intégralité des produits utilisés dans le marketing des moteurs de recherche
- définir les principaux paramètres de la campagne : objectifs, structures, cibles et messages
- auditer un compte existant et proposer des optimisations

Concevoir et mettre en ligne une campagne SEA

- Définir la structure de la campagne en fonction des objectifs et du brief,
- Définir les mots clés et leur ciblage,
- Rédiger les annonces pertinentes et les extensions,
- Implémenter les campagnes dans Google Ads
- Gérer des campagnes avec SA360
- Comprendre les spécificités d'Amazon Search

Mettre en place une stratégie de mesure de l'efficacité et optimiser une campagne

- mettre en place et optimiser une stratégie de mesure de l'efficacité publicitaire notamment grâce à Google Ads et Google Analytics
- choisir les bonne métriques et le bons KPIs
- Editer des rapports de performance dans Excel et Data Studio
- Analyser les performances en fonction des objectifs
- utiliser Excel de manière efficace et avancée

Gérer un projet de mise en œuvre d'un plan média digital

- savoir gérer un projet, organiser les tâches et gérer son temps et celui d'une équipe
- mieux maîtriser ses émotions et travailler plus efficacement en équipe
- s'exprimer à l'oral avec assurance, notamment dans le cadre d'une présentation client

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET CERTIFICATION

- Examen écrit de validation des compétences acquises
- Mise en situation réelle validée par une présentation finale écrite et orale devant Jury

POSTE VISÉ

- Consultant Search Marketing / Expert SEA

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne disposant des compétences logiques suffisantes pour appréhender les concepts de la formation, et souhaitant travailler dans le marketing digital :

- Étudiants diplômés (tous cursus)
- Demandeur d'emploi
- Personnes en reconversion

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Le cas échéant, nous vous invitons à vous faire connaître à handicap@oreegami.com afin d'être accueilli.e et accompagné.e dans les meilleures conditions

PRÉREQUIS

Plus de 18 ans, diplômé Bac+2 minimum, Anglais B1 minimum.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours interactifs avec ateliers
- Cours en classe inversée sur certains modules (Leviers du marketing)
- Cas pratiques réels
- Accompagnement par des coachs certifiés (5h/stagiaire)
- Ateliers innovants : Serious Game (simulation)

CONTENU DE LA FORMATION

Élaborer une stratégie de marketing digital (85h)

- 1. Le marketing à l'heure d'Internet**
Comprendre le parcours d'un utilisateur type, comment le digital peut influencer le comportement des internautes/mobinautes, quels sont les principaux points de contacts (« touch-points ») et à quel moment ils interviennent dans le processus de décision du consommateur.
- 2. Les principes techniques à connaître**
Ce module permet de reprendre les bases du fonctionnement d'Internet et de comprendre les principes techniques sous-jacents.
- 3. L'Écosystème du Marketing Digital**
Découvrir l'ensemble des types d'entreprises qui font ce marché, de comprendre comment elles interagissent et de connaître les principaux acteurs qui se positionnent sur chaque segment.
- 4. Simulation « Serious Game »**
Manipuler de vraies données dans un jeu en ligne qui simule une véritable campagne de liens sponsorisés.
- 5. Les leviers du marketing sur internet**
Un premier tour complet du fonctionnement de l'ensemble des leviers du marketing Digital : supports, objectifs, spécificités, formats, modes d'achat.

Concevoir une campagne publicitaire en ligne d'un produit ou d'un service (175h)

- 6. Les bases de la publicité sur les moteurs de recherches**
Savoir concevoir, mettre en ligne, analyser et optimiser une campagne de publicité sur les moteurs de recherche.
 - Comment identifier les bons mots clés
 - Comment découper son compte en campagnes/adgroup
 - Comment rédiger des annonces performantes
 - Comment choisir les bonnes pages d'arrivées

7. **Fonctionnement de Google Ads**
Comprendre les spécificités de l'interface de Google Ads, les différents paramètres d'une campagne et les différents leviers activables.
8. **Fonctionnement des audiences Google**
Comprendre les audiences et comment les utiliser dans le cadre de sa stratégie search.
9. **Créer une campagne search à partir d'un brief**
Création d'une campagne e-commerce pas à pas sur la base d'un brief fourni
 - Identification des mots clés correspondant aux objectifs
 - Construction de la structure adaptée
 - Rédaction des annonces et des extensions
 - Paramétrage de la campagne dans l'interface de Google Ads
10. **Analyse des performances d'une campagne**
Repérer les écarts entre les performances attendues et les performances constatées et proposer des actions correctrices.
11. **Utiliser Google Ads editor**
Mettre à jour et créer une campagne de manière asynchrone et collaborative grâce à Google Ads Editor.
12. **Utiliser SA360**
Utiliser SA360 pour créer et optimiser ses campagnes..
13. **Auditer et optimiser un compte SEA**
Audit complet d'un compte, analyse des mots clés, des annonces, des performances et proposition d'optimisations.
14. **Spécificité de l'interface de Bing Ads**
Comprendre les fonctionnalités offertes par Bing Ads et les différences avec Google
15. **Le retail search**
Mettre en oeuvre une stratégie de mots clés sur Amazon
16. **Initiation au référencement naturel**
Comprendre les enjeux et méthodes qui permettent de positionner un site internet dans les résultats naturels de recherche.

Gérer un projet de mise en œuvre d'un plan média digital (70h)

17. **La Gestion de projet**
Acquérir les bases de la gestion de projet et en comprendre les enjeux et les intérêts par rapport au métier de consultant SEA.
 - Gérer son temps
 - Créer des listes de tâches efficaces
 - Animer une réunion
18. **Travailler en équipe : Intelligence émotionnelle et collaborative**
5 ateliers et 5 heures de coaching individuel pour mieux se connaître et démarrer un travail d'amélioration de ses compétences collaboratives.

19. Créer une présentation efficace et prendre la parole en public

Techniques de base de création d'une présentation convaincante, savoir mettre en forme des chiffres et des recommandations, et les présenter à l'Oral.

Mettre en place et optimiser une stratégie de mesure de l'efficacité (70h)

20. La mesure et le suivi des comportements

Appréhender les bases de la mesure de la performance, Comprendre comment les comportements utilisateurs peuvent être suivis pour améliorer le ciblage et les performances des campagnes.

21. Tracking et Web Analyse

Savoir mettre en place une stratégie de mesure de performance d'une campagne et analyser le trafic d'un site Internet et les comportements utilisateurs avec Google Analytics.

22. Excel : Mise en page et fonctions avancées

Savoir utiliser cet outil de base indispensable pour travailler dans les entreprises du marketing Digital : Mise en page avancée, formules simples et avancées, tableaux croisés dynamiques.

23. Utiliser Data Studio pour créer des rapports efficaces

PROFIL DES INTERVENANTS

L'ensemble des intervenants sont des experts opérationnels du domaine avec un minimum de 5 ans d'expérience. Ils ont été formés aux méthodes pédagogiques d'Oreegami.

- Yann G., 19 ans d'expérience dans le marketing digital
- Viscya S. Expert Marketing Digital, 15 ans d'expérience
- Kevin L., Consultant marketing expert formateur Google Ads ; 5 ans d'expérience
- Emilie L., Experte Search Marketing, 9 ans d'expérience
- Agnes M., Experte Search Marketing et Social Ads, 12 ans d'expérience
- Youri S., Consultant marketing expert formateur Google Ads ; 5 ans d'expérience
- Camille C. Consultante Web Analytics, 5 ans d'expérience
- Lilia S., Experte Trading Media et Data, 12 ans d'expérience
- Sebastien M., expert formateur HTML/Javascript/Excel
- Perline G., Coach professionnel

En complément, et afin d'assurer une parfaite adaptation de la formation, sont prévues des interventions ponctuelles d'autres professionnels du milieu du marketing