

Exercice de Mise en Situation: Lancement d'une Campagne Google Ads

Objectif de l'exercice:

Les groupes sont chargés de créer une campagne Google Ads complète pour le lancement d'un nouveau produit ou service. Ils devront concevoir la stratégie, choisir les mots-clés, rédiger les annonces, et proposer une stratégie d'enchères et de budget.

Étape 1: Brief et Formation des Équipes

- introduction rapide sur le but de l'exercice.
- Formation des équipes de 3 ou 4 personnes.
- Chaque groupe reçoit un brief détaillant le produit ou service à promouvoir, budget alloué.

Étape 2: Recherche et Planification des Mots-clés

- Recherche de mots-clés: Les groupes utilisent l'outil de planification des mots-clés de Google Ads pour identifier les mots-clés les plus pertinents pour leur campagne.
- Sélection des mots-clés: Choisir des mots-clés principaux et secondaires, en incluant des mots-clés négatifs pour affiner le ciblage.

Étape 3: Création des Annonces

- Rédaction des annonces: Les équipes rédigent plusieurs annonces, en utilisant des pratiques recommandées pour les titres, descriptions et extensions d'annonces.
- ****Conception de la stratégie d'annonces:**** Discussion sur la manière de segmenter les annonces par groupe de mots-clés et choix de la stratégie de ciblage.

Étape 4: Stratégie d'Enchères et Budget

- Définition du budget: Répartition du budget alloué entre les différents groupes d'annonces ou campagnes.
- Stratégie d'enchères: Sélection d'une stratégie d'enchères basée sur les objectifs de la campagne (visibilité, clics, conversions).

Étape 5: Présentation et Feedback

- Présentations des campagnes: Chaque groupe présente sa campagne, expliquant les choix de mots-clés, la rédaction des annonces, la stratégie d'enchères et de budget.
- Feedback: Les autres groupes et l'instructeur fournissent des retours constructifs sur chaque campagne, en mettant l'accent sur les points forts et les aspects à améliorer.

Ressources Nécessaires

- Accès à l'outil de planification des mots-clés de Google Ads.
- Exemples de briefs de produits ou services.
- Guidelines (vos cours) sur la rédaction d'annonces efficaces et les stratégies d'enchères.