



1
Jours

Utiliser Google shopping dans sa stratégie marketing ou commerciale

dans **COMMUNICATION - COMMUNICATION ON-LINE** / Réf : PUB-ECOM-18

Objectifs de la formation

- Découvrir les fonctionnalités de Google Shopping
- Examiner l'articulation entre Google Shopping, Google Merchant Center et Google Adwords
- Créer une campagne shopping sous Google merchant center et Adwords
- Vendre, booster et optimiser les flux produits

Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront préparés à :

Matin

1. Examiner le fonctionnement et les spécificités de Google Shopping

- Retracer l'historique pour situer Google Shopping dans son contexte
- Fonctionnement de Product search, ancêtre gratuit de Google Shopping
- Comprendre le filtrage de la recherche par Adwords
- Identifier les opportunités de Google shopping

2. Créer une campagne Google Shopping

- Savoir créer un compte Google merchant center et le relier à son compte google Adwords
- Valider et revendiquer votre site internet pour le relier au compte Merchant center
- Créer des flux produits : importer tous les produits de votre catalogue que vous souhaitez voir affichés sur la plateforme Google Shopping

Après-midi

3. Gérer les flux produits



- Créer une campagne Google shopping sur son compte Adwords
- Lister tous les attributs obligatoires pour tous les produits
- Créer des annonces sur Adwords
- Définir son budget de campagne

4. Piloter sa campagne Merchant center

- Comprendre les indicateurs du tableau de bord
- Suivre les flux produits

Pré-requis

Connaissance de l'environnement web et maîtrise de la micro-informatique.

Public cible

Toute personne en charge du développement commercial d'un site web, d'une marque, d'un produit ou d'un service.

Pédagogie

Méthodes pédagogiques

- Exercices d'autopositionnement, partages d'expériences interactifs entre stagiaires
- Supports théoriques et pratiques
- Mises en situation

Modalités d'évaluation

- Les acquis des participants seront mesurés tout au long de la session de formation.
- L'évaluation privilégiera l'aspect formatif et les interactions participant/formateur. Elle pourra éventuellement prendre l'aspect d'un QCM.



- Une attestation de fin de formation reprendra l'ensemble des objectifs pédagogiques de la formation et sanctionnera l'acquisition des savoirs du participant.

