

קורס גוגל ADS אונליין בזום

סילבוס

פרק 1

מבוא והיכרות

- היכרות עם עולם הפרסום הדיגיטלי
- פרסום ברשת החיפוש לעומת פרסום ברשת המדיה
- השוואה בין קידום ממומן לקידום אורגני
- פרסום בגוגל לעומת פרסום בפייסבוק

פרק 2

חשבון מפרסם - סקירה

- היכרות עם ממשק גוגל אדס
- סוגי קמפינים
- סקירת מבנה נכון של חשבון
- דוגמאות למודעות בגוגל אדס

פרק 3

גוגל אדס - קמפיין חיפוש - חלק א

- מבוא לגוגל חיפוש
- פתיחת חשבון בגוגל אדס
- מבנה הקמפיין
- קבוצת מודעות
- מחקר מילות מפתח
- מודעות
- הרצת קמפיין ראשון
- בניית תוכנית פרסום

פרק 4

קמפיין חיפוש - חלק ב

- מבנה חשבון גוגל אדס
- אופטימיזציה למילות מפתח
- שיטת המכרז
- מבנה קבוצת מודעות
- תוספים למודעות
- בדיקת מודעות
- ניתוח התוצאות
- המרות - Conversions

פרק 5

קמפיין חיפוש - חלק ג

- אופטימיזציה בחיפוש
- אופטימיזציה לביד
- ביטויי שלילה
- אופטימיזציה להמרות ולפי KPI

פרק 6

קמפיין דיספליי GDN - חלק 1

- GDN-רשת המדיה של גוגל
- היכרות עם פרסום בדיספליי
- גודל מודעות וכלים חינוניים לתמונות
- מודעות באנרים
- סוגי טרגוט
- יצירת מודעות בקמפיין דיספליי

קורס גוגל ADS אונליין בזום

סילבוס

7 פרק 7 קמפיין דיספליי GDN - חלק 2

- GDN - פרסום מתקדם בדיספליי ■ סוגי הקהלים לקמפיין דיספליי ■ יצירת קהלים למיקוד
- יצירת קהלים לרימרקטינג ■ פרסום מתקדם - רימרקטינג בפעולה ■ אופטימיזציה לקמפיינים
- אופטימיזציה למיקומים - GDN Placements ■ מיקוד מול צפייה - הגדרות מתקדמות

8 פרק 8 קמפיין שופינג

- סקירת קמפיין שופינג ■ הגדרת גוגל מרצ'נט סנטר
- הגדרת פיד מוצרים ■ בניית קמפיין שופינג

9 פרק 9 קמפיין יוטיוב - Youtube

- פרסום מתקדם בקמפיין יוטיוב ■ סוגי הקהלים המתאימים לקמפיין יוטיוב
- שימוש ברימרקטינג וריטרגטינג ■ למה לצפות מקמפיין יוטיוב?
- איך לעשות אופטימיזציה לקמפיין יוטיוב?

10 פרק 10 גוגל אנליטיקס

- מה זה גוגל אנליטיקס? ■ מה השימושים בו? ■ איך להסתכל על הנתונים החשובים?
- הדוחות העיקריים שבו ■ ומה אפשר להסיק מהם?

11 פרק 11 קודי מעקב והמרה

- רקע ■ יצירת קודי המרות ■ חיבור ל- Google Tag Manager
- הטמעת קודי מעקב באתר ■ בדיקת הקודים