

Intitulé de la formation **SEA – générer plus de trafic qualifié**

Domaine Entreprise digitale

Version 02/2026

Éligible CPF Non ☒ Oui ☐



Objectifs

Objectif de la formation

- Optimiser des campagnes Google Ads existantes en améliorant le ciblage, la structure, les annonces et le suivi des conversions pour maximiser le retour sur investissement.

Objectifs pédagogiques (Être capable de...)

- Identifier les éléments d'analyse et interprétation des performances d'une campagne Google Ads.
- Savoir ajuster le ciblage, les mots-clés et les enchères pour améliorer la rentabilité.
- Savoir utiliser les outils avancés de Google Ads pour un pilotage stratégique des campagnes.



Durée : 0.5j de formation
soit **3h30 par stagiaire**

Modalité : Présentiel

Effectif : De 1 à 8 personnes



Accessibilité Pour les personnes en situation de handicap, en amont de la formation, nous contacter afin de déterminer les aménagements à adapter.



Public concerné

- Dirigeants, responsables communication, community managers, chargés de marketing ou toute personne souhaitant structurer et piloter la communication digitale de son entreprise.



Prérequis et niveau d'entrée

- Avoir suivi la formation SEO



Moyens et méthodes pédagogiques

- En début de formation, le formateur validera les attentes de chaque bénéficiaire pour une adaptation éventuelle.
- Apports théoriques
- Supports de formation illustrés et cas concrets issus d'entreprises (PME/TPE locales).
- Démonstrations en direct et ateliers collaboratifs.
- Échanges collectifs et feedbacks personnalisés.



Évaluation

De la satisfaction du module par le stagiaire

- Questionnaire écrit

Des acquis du stagiaire

Type d'évaluation :

- QCM

Barème d'évaluation :

- Acquis (plus de 80% de réponses exactes)
- En cours d'acquisition (de 50 à 79%)
- À consolider (moins de 50% de réponses exactes)



Qualité et profil de l'animateur

- Animateur spécialisé intervenant pour le compte de CAMPUS XII^e AVENUE



Sanction de la formation

- Attestation individuelle d'assiduité et de fin de formation



Contenu de formation

½ JOURNÉE N°1

OPTIMISER ET PILOTER SES CAMPAGNES SEA

Connaissances

- **Analyse des performances d'une campagne.**
Identifier les KPI essentiels : CTR, CPC moyen, taux de conversion, score de qualité, taux d'impression. Comprendre comment ces indicateurs influencent la performance globale et les coûts.
- **Optimisation de ses mots-clés.**
Gérer les types de correspondance (exacte, expression, large). Ajouter des mots-clés à exclure pour éviter le trafic non qualifié. Identifier les requêtes les plus performantes grâce au rapport de termes de recherche.
- **Amélioration de la structure des campagnes et des groupes d'annonces.**
Réorganiser les campagnes par thématique, produit ou service. Créer des groupes d'annonces ciblés avec un message cohérent et des pages de destination adaptées.
- **Rédaction et tests des annonces performantes.**
Optimiser le titre, la description et les extensions (sitelinks, extraits, appels).
- **Suivi et d'optimisation des conversions.**
Installer le suivi de conversion (balise, Google Tag Manager, GA4). Analyser les parcours utilisateurs pour ajuster le ciblage et maximiser les conversions.

Exercices Pratiques

- **Audit d'une campagne existante (réelle).**
Lecture d'un tableau de bord Google Ads : identification des indicateurs clés, des annonces peu performantes et des opportunités d'optimisation.
- **Optimisation d'un groupe d'annonces.**
Modification des mots-clés, des annonces et des extensions en appliquant les bonnes pratiques vues pendant la session.

Fin de session (15 à 20 minutes) – Évaluation et synthèse

- **QCM de validation des acquis.**
Questions autour de l'optimisation, des KPI et des outils d'analyse.
- **Retour d'expérience collectif.**
Échanges sur les optimisations réalisées, les résultats attendus et les prochaines étapes à mettre en œuvre.

Contact formation

Lionel DÉLÉRIS – 05 65 75 56 99 – l.deleris@campus12avenue.fr
 Anne JEANJEAN – 05 65 59 59 03 – a.jeanjean@campus12avenue.fr
 Céline LONGUET – 05 65 75 56 77 – c.longuet@campus12avenue.fr
 Chrystelle PERROT – 05 65 75 56 64 – c.perrot@campus12avenue.fr

Grands-comptes
 Secteur du Sud Aveyron
 Secteur du Nord et centre Aveyron
 Secteur Ouest Aveyron

