

## 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<sup>e</sup> 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

[fpc@campus12avenue.fr](mailto:fpc@campus12avenue.fr)

Site de Rodez : 05 65 77 77 00

Site de Millau : 05 65 59 59 03

Sur Internet :

