

Intitulé de la formation **SEO – booster sa visibilité en ligne**

Domaine **Entreprise digitale**

Version 02/2026

Éligible CPF Non ☒ Oui ☐



Objectifs

Objectif de la formation

- Optimiser le référencement organique (gratuit) pour gagner en visibilité

Objectifs pédagogiques (Être capable de...)

- Lister 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

- Aucun



Moyens et méthodes pédagogiques

- En début de formation, le formateur validera les attentes de chaque bénéficiaire pour une adaptation éventuelle.
- Supports de formation illustrés et cas concrets issus d'entreprises (PME/TPE locales).
- Démonstrations en direct et ateliers collaboratifs.
- Alternance de théorie et d'exercices (50 % du temps en mise en application).
- 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

1/2 JOURNEE N°1

OPTIMISER ET PILOTER SES CAMPAGNES SEA

Connaissances

- **Définition du référencement naturel (SEO) et de ses enjeux.**
Comprendre comment Google analyse et classe les sites selon leur pertinence et leur autorité. Identifier les piliers du SEO : technique, contenu, popularité (netlinking).
- **Distinction SEO et SEA.**
Comprendre la complémentarité entre référencement organique (SEO) et campagnes payantes (SEA). Identifier quand privilégier l'un ou l'autre selon les objectifs : visibilité rapide vs. stratégie durable.
- **Différenciation des types de mots-clés.**
Découvrir les mots-clés génériques, de longue traîne, transactionnels, informationnels et de marque. Comprendre comment leur volume et leur concurrence influencent le positionnement.
- **Mots-clés et l'intention de recherche : liaison**
Analyser la logique de l'utilisateur derrière une requête (découverte, comparaison, achat). Adapter sa stratégie de contenu en fonction des intentions.
- **Identification des opportunités SEO et SEA dans son secteur.**
Identifier les mots-clés sous-exploités, les requêtes locales ou saisonnières. Comprendre comment la publicité peut accélérer la notoriété sur ces termes.
- **Présentation du Google Keyword Planner.**
Démonstration en direct : recherche de volumes, concurrence, coût par clic, segmentation par zone géographique.
- **Explication du fonctionnement du compte Google Ads.**
Création du compte, ajout d'un moyen de paiement (obligatoire pour accéder au planificateur), navigation dans l'interface.

Exercice pratique :

- **Recherche et sélection de mots-clés pertinents.**
- **Identifier 5 à 10 mots-clés cohérents avec sa marque et ses services.**
Classer les mots-clés selon le volume et la concurrence.

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

- **QCM de validation des acquis.**
- **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

Site de Rodez : 05 65 77 77 00

Site de Millau : 05 65 59 59 03

Sur Internet :

