

Mis à jour le 26/09/2024

S'inscrire

Formation SEA 2024 avec Google Ads

1 jour (7 heures)

Présentation

Notre formation SEA vous donnera la méthode pour obtenir des prospects qualifiés ou maintenir votre retour sur investissement grâce à Google Ads. Notre formation est destinée aux utilisateurs débutants et intermédiaires, elle portera sur la dernière version de l'outil et sur les stratégies gagnantes en 2024.

Notre cours est divisé en trois parties : un module généraliste d'une journée pour comprendre la publicité sur le search afin de créer ses premières campagnes optimisées. S'ensuivent deux formations spécialisées d'une journée nécessaire pour maîtriser deux segments importants du SEA : la génération de leads et l'E-commerce.

Nous vous enseignerons les pratiques essentielles pour réussir sur le réseau de recherche comme le choix des mots clés, la structure du compte, le fonctionnement des enchères, la rédaction d'annonces ou encore la segmentation.

Durant notre module SEA E-commerce, vous apprendrez à créer des campagnes Shopping, à paramétrer un tracking robuste, le remarketing et la gestion de flux produits. Pour la génération de prospect, vous apprendrez également à configurer votre tracking via Tag Manager et Google Analytics, mais aussi à optimiser ses campagnes de A à Z pour renforcer votre taux de conversion.

Objectifs

- Comprendre les principes et rouages du SEA (Google Ads)
- Savoir paramétrer et lancer ses campagnes Lead Gen et Ecom de manière efficace
- Découvrir les meilleures stratégies de mots clés et d'annonces

Public visé

- Chef d'entreprise
- Responsable acquisition
- Responsable marketing et communication
- Data analyst
- Web analyst
- Traffic manager
- Webmaster

Pré-requis

- Avoir un compte Gmail (afin de gérer les campagnes en mode bac à sable)

Programme de notre Formation SEA 2024 avec Google Ads

Introduction

- Rappel des principes de base du SEA
- Présentation des différentes plateformes publicitaires (Google Ads, Bing Ads, etc.)
- Vue d'ensemble des types de campagnes et des objectifs possibles

Stratégie de mots-clés et recherche

- Méthodes de recherche de mots-clés pertinents
- Utilisation d'outils de recherche de mots-clés
- Organisation et structuration des groupes d'annonces

Création et optimisation des campagnes

- Configuration de campagnes efficaces
- Choix des enchères et des budgets
- Réglages avancés (ciblage géographique, planification, etc.)

Optimisation des annonces

- Template de rédaction d'annonces efficaces
- Comment obtenir un très haut Quality Score et un très bon CTR ?
- Différences entre DSA & RSA
- Utilisation des extensions d'annonces pour améliorer ses performances

Module complémentaire (+1 jour) : Formation SEA pour l'E-commerce

Introduction

- Spécificités des comptes e-commerce
- Spécificités des campagnes de vente en ligne

Configuration des campagnes Shopping

- Création et gestion des flux de produits
- Structuration des campagnes Shopping et des groupes de produits
- Utilisation des enchères intelligentes pour maximiser le retour sur investissement

Remarketing pour les comptes e-commerce

- Création de listes de remarketing
- Personnalisation des annonces pour les utilisateurs déjà intéressés
- Utilisation des audiences similaires pour atteindre de nouveaux clients potentiels

Suivi des ventes et mesure des performances

- Configuration de GA4
- Setup tracking avec le back office en fonction du CMS
- Utilisation des rapports e-commerce pour analyser les performances
- Optimisation des campagnes en fonction des données de conversion

Module complémentaire (+1 jour) : Formation SEA pour la génération de leads

Mise en place du tracking pour un compte Lead Gen

- Compréhension des besoins spécifiques des comptes lead generation
- Balises de conversion GTM
- Évènements GA4
- Intégration des outils de gestion des leads (CRM)
- Suivi des conversions hors ligne

Configuration des campagnes

- Création de campagnes spécifiques pour la génération de leads
- Les différents canaux pour la génération de prospects
- Personnalisation des extensions d'annonces pour les formulaires de contact
- Utilisation des extensions d'appel pour les appels téléphoniques directs

Optimisation du taux de conversion

- Interprétation des indicateurs clés de performance (KPIs)
- Optimisation des campagnes en conséquence
- A/B testing des éléments clés des annonces
- Optimisation des pages de destination (landing pages)
- Utilisation des audiences personnalisées pour cibler les leads qualifiés

Sociétés concernées

Cette formation s'adresse à la fois aux particuliers ainsi qu'aux entreprises, petites ou grandes, souhaitant former ses équipes à une nouvelle technologie informatique avancée ou bien à acquérir des connaissances métiers spécifiques ou des méthodes modernes.

Positionnement à l'entrée en formation

Le positionnement à l'entrée en formation respecte les critères qualité Qualiopi. Dès son inscription définitive, l'apprenant reçoit un questionnaire d'auto-évaluation nous permettant d'apprécier son niveau estimé sur différents types de technologies, ses attentes et objectifs personnels quant à la formation à venir, dans les limites imposées par le format sélectionné. Ce questionnaire nous permet également d'anticiper certaines difficultés de connexion ou de sécurité interne en entreprise (intraentreprise ou classe virtuelle) qui pourraient être problématiques pour le suivi et le bon déroulement de la session de formation.

Méthodes pédagogiques

Stage Pratique : 60% Pratique, 40% Théorie. Support de la formation distribué au format numérique à tous les participants.

Organisation

Le cours alterne les apports théoriques du formateur soutenus par des exemples et des séances de réflexions, et de travail en groupe.

Validation

À la fin de la session, un questionnaire à choix multiples permet de vérifier l'acquisition correcte des compétences.

Sanction

Une attestation sera remise à chaque stagiaire qui aura suivi la totalité de la formation.