

## FORMATION SEA GOOGLE ADS PROGRAMME DE FORMATION

### Objectifs pédagogiques de la formation :

- Être capable d'améliorer sa visibilité et son référencement sur le Web
- Être capable de savoir intégrer le référencement Google Ads dans ses projets futurs
- Être capable d'acquérir les techniques pour maîtriser les outils annexes à l'interface Google Ads
- Être capable de comprendre l'optimisation de la diffusion des campagnes en fonction de ces objectifs
- Être capable de comprendre le retour sur investissement (R.O.I) et sa mise en oeuvre dans Google Ads
- Être capable d'acquérir les techniques pour gérer soi-même de A à Z son compte Google Ads
- Être capable d'avoir les compétences pour mener à bien une stratégie Google Ads

### Public visé par la formation et prérequis :

- Formation tous publics pour toute personne (particulier, demandeur d'emploi, salarié d'entreprise, chef d'entreprise, etc) souhaitant se former aux techniques du référencement payant pour améliorer sa visibilité et sa notoriété sur internet.
- Absence de pré-requis ou de niveau minimum pour suivre cette formation. Tous les domaines professionnels sont représentés. À titre informatif, un fort intérêt pour les outils de webmarketing, webanalyse ou référencement web est souvent constaté chez les participants à la formation.

### Contenu de la formation :

#### I- Introduction à Google Ads

- a- Les acteurs du marché & Chiffres clés
- b- Les chiffres clés
- c- La Plateforme publicitaire
- d- Pourquoi investir dans des campagnes Google Ads ?
- e- Un système d'enchères en temps réel
- f- Positionnement des annonces
- g- Lexique Google Ads
- h- Etude de cas

#### II- Les différents types de campagnes et leurs objectifs

- a- Campagnes sur le réseau de Recherche
- b- Campagnes sur le réseau Display

Let's Clic : 5 rue Scribe - 75009 Paris

E-mail : [bonjour@lets-clic.com](mailto:bonjour@lets-clic.com) - Téléphone : 01 82 28 48 48 - Site Internet : [www.lets-clic.com](http://www.lets-clic.com)

N° SIREN: 832 334 767 - N° TVA UE : FR49832334767 - N° RCS: Paris B 832 334 767

- c- Campagnes Youtube Ads
- d- Campagnes Demand Gen
- e- Campagnes Application
- f- Campagnes Performance Max

### **III- Création et structure de compte**

- a- Structure de compte
- b- Structure de compte - chronologie de lancement
- c- Deux modèles de Structure de compte
- b- Exemple de structure E-commerce

### **IV- Les mots-clés**

- a- Résultats de la SERP
- b- La recherche sémantique, qu'est ce que c'est ?
- c- Les différents types de correspondance
- d- Doser son ciblage, trouver le juste milieu
- e- Contrôler les recherches qui vont entraîner la diffusion des annonces
- f- Le tri de mots-clés - les termes de recherche
- g- Les mots-clés à exclure
- h- Choisir ses mots-clés, quels outils ?

### **V- Les annonces et composants**

- a- Composition d'une annonce
  - a1 : Composition d'une annonce : Titres
  - a2 : Composition d'une annonce : Descriptions
  - a3 : Composition d'une annonce : Chemin
  - a4 : Composition d'une annonce : Images
  - a5 : Composition d'une annonce : Options d'URL
  - a6 : Composition d'une annonce : Composants
- b- Zoom sur les différents composants
- c- Fonctionnement du machine learning
- d : Comment rédiger une bonne annonce ?
- e- Annonces dynamiques Search Ads (DSA)
- f- Annonces Appel

### **VI- Les stratégies d'enchères**

- a- Les différentes stratégies d'enchères
  - a1 : CPC manuel, définir des CPC avec précision
  - a2 : Taux d'impression cible, assurer la visibilité de l'entreprise
  - a3 : Maximiser les clics, générer du trafic sur le site
  - a4 : Maximiser les conversions, générer du business
  - a5 : Maximiser la valeur de conversion, générer du business à forte valeur ajoutée
  - a6 : ROAS cible, optimiser le ROI publicitaire
  - a7 : CPA cible, contrôler le coût d'acquisition d'un prospect
- b- Les stratégies de portefeuille d'enchères
- c- Ajustements de saisonnalité

d- Exclusion de données

## VII- Les audiences

a- Qu'est-ce qu'une audience

- a1 : Données démographiques détaillées
- a2 : Audience d'affinité
- a3 : Audience sur le marché
- a4 : Audience d'intention personnalisé
- a5 : Utilisateurs de Youtube
- a6 : Ciblage par liste de clients
- a7 : Audience Remarketing
- a8 : Signaux d'audience - Performance Max

## VIII : Le tracking

a- Data first

- a1- Suivi des conversions
- a2- Suivi avancé des conversions
- a3- Suivi avancé des conversions pour prospects
- a4- Suivi des conversions hors ligne (OCT)
- a5- Server-side tracking
- a6- Consent mode v2
- a7- UTM

## IX- Google Tag Manager

a- Simplifier la gestion de vos balises de conversion

## Moyens et méthodes pédagogiques :

### Supports pédagogiques disponibles :

- Fascicule méthodologie Let's Clic (support de formation)
- Documentation : fiches techniques, récapitulatifs, sources

### Moyens techniques

- 1 salle de formation spacieuse avec écran plat grand format pour la présentation des supports de formation et wifi
- Prise de notes avec formateur

### Outils pédagogiques

- Pédagogie du formateur (écoute, disponibilité, transmission du savoir, questions)
- Contrôle régulier de la compréhension des données par l'auditoire par des questions orales et par la réalisation d'exercices / correction
- Application de la théorie sur des cas pratiques
- Diversité des supports et outils pour favoriser l'écoute et l'attention de l'auditoire

### **Modalités d'évaluation de la formation :**

- Bilan de formation à chaud pour valider les connaissances et les acquis (autoévaluation) à destination du stagiaire
- Évaluation des acquis par le formateur: exercices et cas pratiques
- Évaluation des connaissances du stagiaire (11 questions à remplir avant et après la formation)
- Questionnaire de satisfaction remis au stagiaire pour évaluer la qualité de la formation (à la fin de la session)
- Document envoyé au stagiaire à remplir et retourner sous 6 mois pour mesurer l'impact de la formation dans l'évolution professionnelle du stagiaire (et audit par tel /mail)
- Suivi : 3 bilans téléphoniques sur un trimestre & accompagnement par mail

### **Modalités d'inscription**

Vous pouvez nous contacter via le formulaire de contact ou bien par téléphone au 01 82 28 48 48  
Les personnes en situation de handicap souhaitant suivre cette formation sont également invitées à nous contacter directement via le formulaire de contact ou bien par mail à l'adresse [manon@lets-clic.com](mailto:manon@lets-clic.com), afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

### **Qualité du ou des formateurs :**

- Aaron HAYOT,  
Chargé de compte SEA/Google Ads chez Let's Clic depuis 2021

### **Durée de la formation et modalités d'organisation :**

Formation sur 2 journées (session de 7 heures par journée soit 14h00)  
Session : sur demande  
Horaires : 9h00 à 12h30 et 13h30 à 17h00 par jour  
Lieu de formation : 5 rue Scribe - 75009 Paris ou en distanciel  
Formation continue articulée autour des différents modules du programme.  
Taille du groupe : jusqu'à 4 stagiaires maximum à l'agence et jusqu'à 20 stagiaires maximum à l'extérieur si l'aménagement le permet (*NB: si formation personnalisée, 1 seule personne avec le formateur et pas de limite chez le client si place nécessaire*)

### **Tarifs de notre formation Google Ads:**

- 1600,00 € HT (pour 14h00 soit 2 jours de formation)

### **Accessibilité aux personnes handicapées:**

Les personnes en situation de handicap souhaitant suivre cette formation sont également invitées à nous contacter directement via le formulaire de contact ou bien par mail à l'adresse [manon@lets-clic.com](mailto:manon@lets-clic.com), afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

### **Contact:**

Manon ALAMEL, en sa qualité d'assistante de direction, 01 82 28 48 48, [manon@lets-clic.com](mailto:manon@lets-clic.com)

### **Délai d'accès:**

Les inscriptions doivent être réalisées 7 à 15 jours avant le début de la formation.

### **Dans le cas de formations à distance:**

#### **Modalités et délais d'accès:**

Formation effectuée sur demande via google meet en visioconférence.  
Les inscriptions doivent être réalisées 7 à 15 jours avant le début de la formation.

#### **Durée de la formation et modalités d'organisation :**

Formation sur 2 journées (session de 7 heures par journée)

Session : sur demande

Horaires : 9h00 à 12h30 et 13h30 à 17h00

Formation continue articulée autour des différents modules du programme

Taille du groupe : jusqu'à 20 stagiaires maximum (*NB: si formation personnalisée, 1 seule personne avec le formateur*)

Durée dans le temps d'accès/de connexion: Lien valable pendant toute la durée de la formation