

Mis à jour le 24/07/2024

S'inscrire

Formation SEA & IA

3 jours (21 heures)

Présentation

Notre formation SEA & IA vous apportera les compétences nécessaires pour devenir un expert sur Google Ads. Destinée aux utilisateurs débutants et intermédiaires, cette formation couvrira les dernières versions de l'outil et les stratégies gagnantes en 2024 en intégrant notamment des usages réels de l'IA dans le métier de [traffic manager](#).

La formation est divisée en trois parties : une journée dédiée à la compréhension générale de la publicité sur les moteurs de recherche pour créer des campagnes optimisées, suivie de deux modules facultatifs spécialisés d'une journée chacun pour maîtriser les segments essentiels du SEA : l'E-commerce et la génération de leads.

Vous apprendrez à utiliser l'intelligence artificielle pour optimiser vos campagnes et à tirer parti des dernières technologies pour maximiser vos résultats.

Objectifs

- Comprendre les principes et mécanismes du SEA (Google Ads) et l'inscrire dans le contexte politique et technologique actuel
- Paramétrer et lancer des campagnes de génération de leads et d'E-commerce de manière efficace
- Découvrir et appliquer les meilleures stratégies de mots-clés et d'annonces
- Utiliser des outils d'IA pour améliorer l'efficacité des campagnes publicitaires.

Public visé

- Chefs d'entreprise
- Responsables acquisition
- Responsables marketing et communication
- Data analysts
- Web analysts
- Traffic managers
- Webmasters

Pré-requis

Un compte Google pour accéder à Google Ads

Programme de notre Formation SEA & IA

Jour 1: Formation SEA Globale & IA

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 (Google Keyword Planner, SEMrush)
- Organisation et structuration des groupes d'annonces

Création et optimisation des campagnes SEA

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

Optimisation des annonces avec l'IA

- Template de rédaction d'annonces efficaces
- Comment obtenir un très haut Quality Score et un très bon CTR ?
- Utilisation des extensions d'annonces pour améliorer les performances

Analyse et Reporting avec l'IA

- Utilisation de Google Analytics et SEMrush pour l'analyse des performances
- Création de rapports automatiques avec Google Data Studio
- Exercice pratique : Utilisation d'un outil d'analyse d'IA pour créer un rapport de performance

Jour 2: Module 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

Jour 3: Module Lead-Gen

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 et spécificité des campagne “demande-gen”

- 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.