PROGRAMME DE FORMATION · MARKETING · RÉFÉRENCEMENT PAYANT SEA

En présentiel à Marseille

Investir en référencement payant (SEA) avec un ROI maîtrisé

Réf MM-PROG-MKG-1-024-28H · v1.0 · Novembre 2026

28h	4 jours	5	2 380 €
VOLUME HORAIRE	DURÉE	MODULES	HT PAR PARTICIPANT

Structuration ou optimisation des campagnes Google Ads avec un objectif de rentabilité maîtrisé.

À L'ISSUE, VOUS SAUREZ

1. Cartographier les leviers de référencement payant (Search, Shopping, Performance Max, YouTube Ads, Demand Gen) et leur articulation avec le SEO, le Social Ads et le Display
2. Bâtir une stratégie de référencement payant rentable et défendable
3. Construire une stratégie Search complète
4. Activer une stratégie Shopping, Performance Max et YouTube Ads sans cannibalisation
5. Piloter, optimiser et arbitrer entre types de campagnes (audiences, négatifs, attribution, budget)
6. Mesurer la performance et défendre son plan d'optimisation

POUR QUI

Responsables marketing et acquisition, e-commerçants, dirigeants pilotant le référencement payant sous Google Ads. Débutant à intermédiaire en SEA.

AVANT DE COMMENCER

Pratique du marketing digital, expérience d'au moins une plateforme publicitaire

Poste avec internet, compte Google Ads et idéalement Merchant Center pour les e-commerçants

Disposer d'une offre, de cibles et d'un objectif business à activer pendant la formation SEA

APERÇU DU PARCOURS

MODULES 1 ET 2

Enjeux et périmètre du référencement payant · Stratégie et exécution Search en SEA

Vocabulaire en référencement payant · Recherche de mots-clés et intention de recherche

MODULE 3

Stratégie et exécution Shopping, Performance Max, YouTube Ads

Merchant Center : configuration, optimisation du flux produits, attributs critiques

MODULES 4 ET 5

Pilotage, optimisation et attribution des campagnes SEA · Cas pratique de stratégie de référencement payant

Suivi des indicateurs et seuils d'alerte par type de campagne · Construction d'une stratégie SEA complète sur cas réel

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Alternance d'apports

Démos live Google Ads

Ateliers

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 · 2H

Enjeux et périmètre du référencement payant

Vocabulaire en référencement payant · Tour d'horizon élargi des types de campagnes · Évolutions du marché SEA · Articulation SEA / SEO / Social Ads / Display · Diagnostic des comptes existants

MODULE 2 · 9H

Stratégie et exécution Search en SEA

Recherche de mots-clés et intention de recherche · Architecture du compte (campagnes, groupes d'annonces, mots-clés) · Types de correspondance et stratégie de négatifs · Stratégies d'enchères Search et leviers · Création des annonces (contenus, extensions) · Pages de destination, Quality Score et expérience post-clic · Expérimentations et A/B testing

MODULE 3 · 9H

Stratégie et exécution Shopping, Performance Max, YouTube Ads

Merchant Center : configuration, optimisation du flux produits, attributs critiques · Campagnes Shopping classiques : structure, segmentation, enchères · Performance Max : fonctionnement, asset groups, signaux d'audience, reporting et limitations · YouTube Ads · Articulation Shopping / Search / Performance Max pour éviter la cannibalisation · Campagnes Demand Gen

MODULE 4 · 3H

Pilotage, optimisation et attribution des campagnes SEA

Suivi des indicateurs et seuils d'alerte par type de campagne · Optimisation continue : audiences, négatifs, qualité des contenus, arbitrage des enchères · Modèles d'attribution et conséquences sur le pilotage · Budgets et arbitrages entre types de campagnes · Reporting et tableau de bord

MODULE 5 · 5H

Cas pratique de stratégie de référencement payant

Construction d'une stratégie SEA complète sur cas réel

ÉVALUATION · SATISFACTION

Avant

Positionnement initial en SEA

Fin de formation

Exercices et projet final · Livrable : stratégie de référencement payant complète selon profil avec structure de compte et dashboard

Bilan

Auto-évaluation de fin de formation + Attestation de fin de formation Mediamed précisant les compétences acquises

À chaud

Questionnaire de satisfaction anonyme

PROFIL FORMATEUR

Formation animée par un formateur expert du domaine, sélectionné et suivi par Mediamed.

Informations pratiques

INSCRIPTION

Par mail à contact@media-med.fr ou via le formulaire en ligne sur www.media-med.fr

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session, sous réserve de places disponibles. Réponse sous 48 h ouvrées.

TARIF

2 380 € HT par participant
Financement OPCO ou direct

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap : adaptations étudiées avec vous. Référent handicap : Olivier Virault · contact@media-med.fr · 09 54 05 52 44