



LES ANNONCES DE SERVICES LOCAUX MIGRENT VERS GOOGLE ADS

Le guide stratégique pour préparer votre entreprise à la transition

Stratégie d'Acquisition Locale et Restructuration de Campagnes

La fin du tableau de bord isolé

Google intègre officiellement les annonces « Services locaux » (LSA) dans l'écosystème Google Ads via une campagne Performance Max spécialisée.



**Services
Locaux**

Google Ads (Performance Max)

Visibilité inchangée.
Recherche Google et Google Maps.

Modèle préservé.
Païement par prospect (pay-per-lead).

Sans mots-clés.
Ciblage par services et zones.

Matrice de Transition : Ce qui change

Avant la migration (LSA)	Après la migration (Google Ads)
Tableau de bord LSA séparé	Interface Google Ads unifiée
Budget hebdomadaire moyen	Budget quotidien moyen
Coût maximal défini manuellement	CPA cible unique par campagne
Boîte de réception LSA	Gestionnaire de prospects Google Ads
Historique disponible dans le tableau de bord	Détruit (doit être exporté avant migration)

Le regroupement sur une seule plateforme simplifie la supervision, mais exige une redéfinition totale de votre stratégie d'enchères et de budget.



ALERTE : Sauvegardez votre historique

Lors du transfert, aucun rapport antérieur de campagne ne sera migré. Seuls les dossiers clients survivront.

Vos données de performance seront définitivement perdues si elles ne sont pas exportées avant votre préavis de 14 jours.

L'Exportation Essentielle

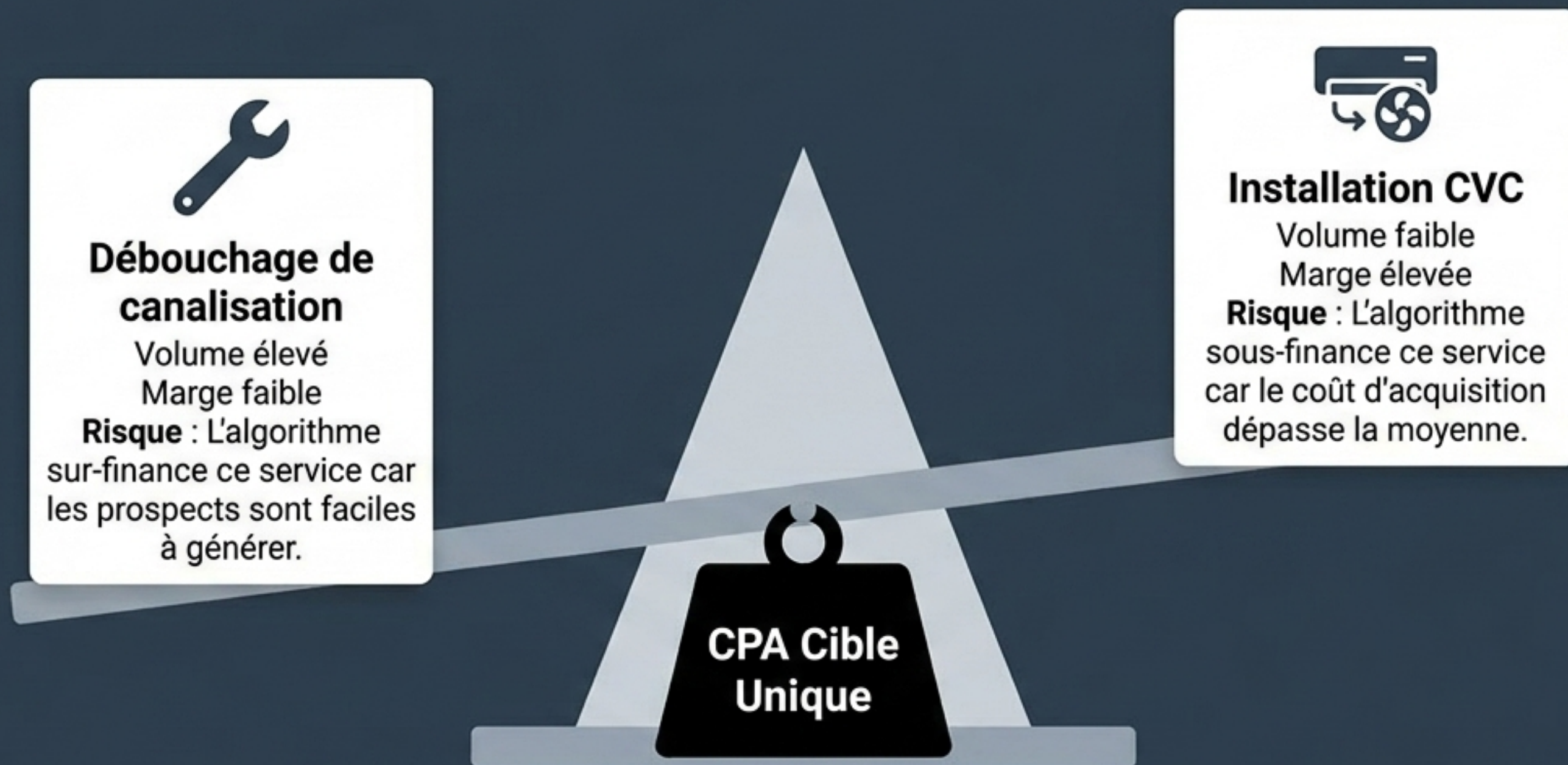
Données Google à exporter

- ☒ Dépenses mensuelles et hebdomadaires
- ☒ Volume de prospects facturés
- ☒ Coût moyen par prospect
- ☒ Répartition appels et messages
- ☐ Prospects contestés
- ☐ Tendances saisonnières

Données CRM à croiser

- ☒ Taux de prise de rendez-vous
- ☒ Taux de conclusion
- ☒ Valeur moyenne du chantier
- ☒ Marge brute
- ☐ Coût d'acquisition client (CAC)

Le Piège de l'Enchère Unique



Le Piège : Google Ads impose un seul Coût Par Action (CPA) cible par campagne.
Traiter des services distincts comme une moyenne étouffera vos services les plus rentables.

Architecture de campagne par rentabilité



Règle d'Or : Séparez vos campagnes lorsque les marges ou les taux de conversion diffèrent drastiquement. Conservez un volume de conversions suffisant pour nourrir l'algorithme.

Traduire le budget en capacité opérationnelle

Le Calcul Google

Budget LSA hebdo (700 \$) $\div$ 7 = 100 \$/jour. Multiplié par 30,4 = Facturation mensuelle max de 3 040 \$.

Demande Publicitaire (3 040 \$/mois)

1. Capacité de Gestion

L'équipe peut-elle répondre instantanément aux appels ?

2. Capacité de Vente

Vos commerciaux peuvent-ils assurer un suivi rapide ?

3. Capacité de Prestation

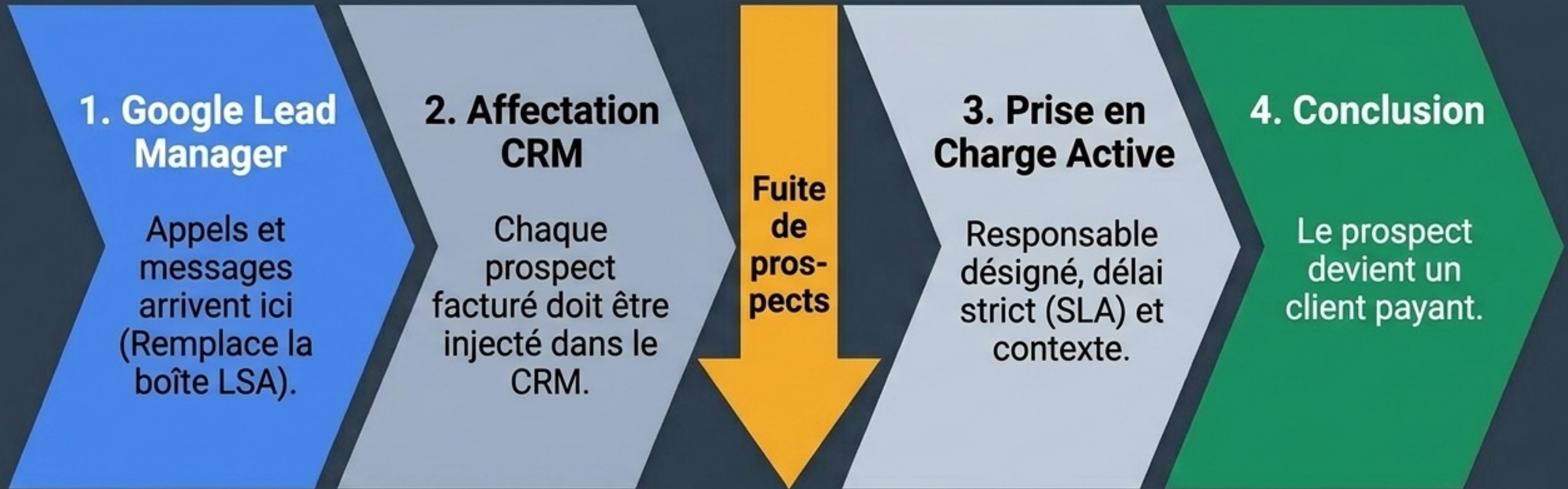
Avez-vous les techniciens pour honorer les chantiers ?

4. Capacité Financière

Ce coût d'acquisition préserve-t-il votre marge brute ?

Une campagne performante crée une crise si l'entreprise ne peut absorber la demande.

Le nouveau flux de gestion des prospects



Le Risque : Google Ads mesure les prospects facturés. Sans responsable ni délai défini dans votre CRM, l'intention d'achat s'estompe et votre investissement est perdu.

Fiche d'Établissement Google : Éviter la suspension



Google Ads extrait vos données depuis Google My Business. Toute modification majeure peut déclencher un audit et suspendre vos annonces pendant 24 à 48 heures.

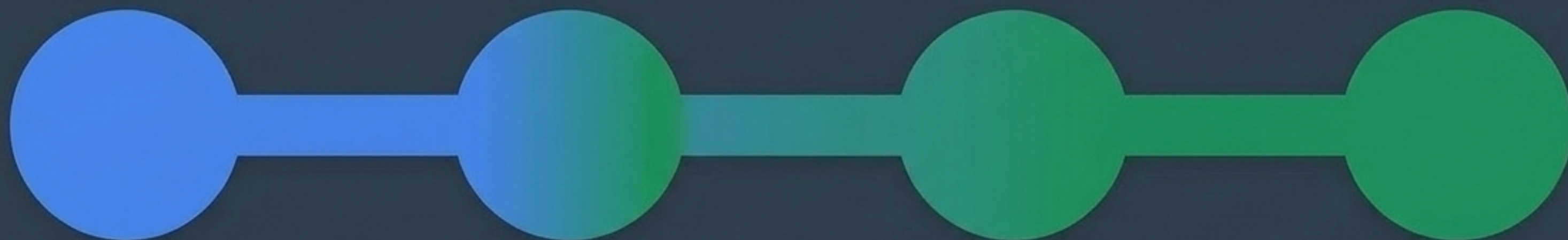
- Ne modifiez pas le nom, l'adresse ou la catégorie principale sans coordination.
- Pas de mise à jour majeure durant les pics saisonniers.

Action Requisite

Remplacement des mentions BBB :
Remplacez les mentions génériques par des atouts structurés répondant aux vraies questions d'achat :

- Rendez-vous le week-end
- Financement disponible
- Devis sur place

Chronologie de transition : Les 30 premiers jours



Jour J

Audit Technique

Confirmez l'acheminement des appels, les zones, et le budget.

72 Heures

Vérification des Flux

Assurez-vous que les publicités sont diffusées vers l'équipe de vente.

Jours 4 à 14

Période d'Apprentissage

Surveillez sans modifier. L'algorithme a besoin de temps.

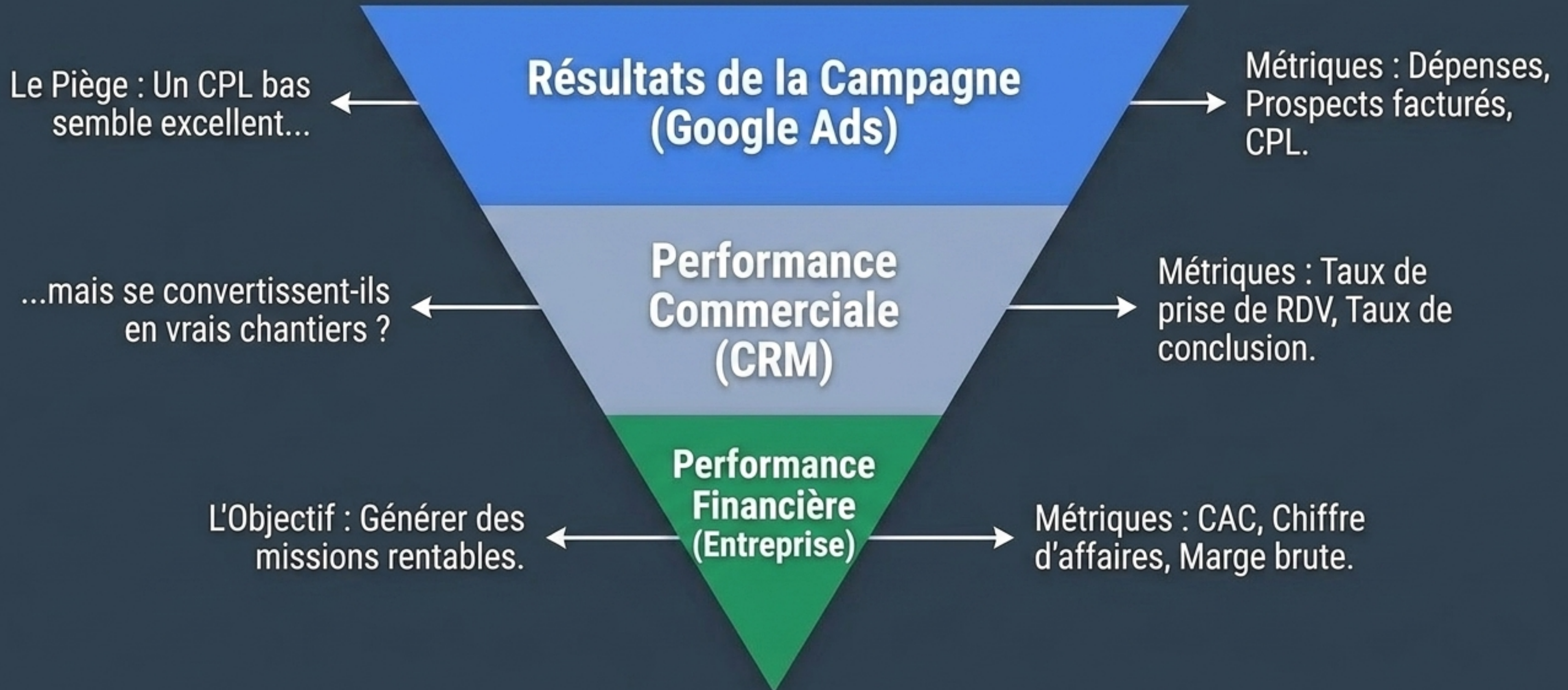
Semaines 3 et 4

Évaluation

Comparez les résultats avec votre historique exporté.

Tenez un **journal de modifications strict**. Si vous changez plusieurs paramètres pendant l'apprentissage, vous ne saurez pas ce qui a impacté la performance.

SYNTHÈSE : Le tableau de bord de croissance complet



WSI DOM : Votre partenaire pour une transition maîtrisée

Notre Expertise Stratégique

- Sauvegarde et analyse de vos données historiques LSA.
- Restructuration des campagnes Google Ads basée sur vos marges.
- Intégration technique entre Google Lead Manager et votre CRM.
- Coordination de votre référencement payant, local et organique.

Votre entreprise est-elle prête pour la migration ?

Ne laissez pas l'algorithme décider de votre rentabilité.

Planifier un audit de transition

advisor.wsiworld.com

+596 696 29 40 58 (Agence Daniel Depaz)
+596 696 29 40 58 (Agence Daniel Depaz)
0696 45 49 30 (Agence Gilbert Marie)