

FORMATION MÉDIA

Google Ads Avancée

Smart Bidding, Shopping, Performance Max, audiences avancées, scripts, attribution et pilotage ROI

Version n°1 du 01 mars 2026.
Durée de validité : 1 an renouvelable

Durée

1 journée (7h)

Tarif

1 500€^{HT} / session

Effectif

1 à 8 participants

Modalité

**Présentiel ou
distanciel synchrone**

Formateur



Consultant expert

Accessibilité

**Accessible aux personnes
en situation de handicap**[Contactez-nous](#) pour adapter les modalités.

PUBLIC VISÉ

Traffic managers confirmés

Responsables marketing digital

Consultants agence

PRÉREQUIS

- Avoir géré activement des campagnes Google Ads pendant au moins 3 mois.
- Maîtriser les notions de base : structure de compte, types de correspondance, extensions, Quality Score.
- Avoir mis en place un tracking des conversions fonctionnel (GA4 ou GTM)
- Connaissance des indicateurs clés : CPC, CTR, taux de conversion, CPA

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- ✓ Choisir et piloter une stratégie d'enchères intelligentes adaptée à ses objectifs
- ✓ Créer et optimiser des campagnes Google Shopping via Google Merchant Center
- ✓ Configurer et piloter des campagnes PMax en exploitant les signaux d'audience
- ✓ Construire une structure de compte alignée sur la marge produit
- ✓ Mettre en place une stratégie d'audiences avancée
- ✓ Exploiter les scripts Google Ads et les automatisations natives
- ✓ Maîtriser les modèles d'attribution et comprendre leur impact sur les décisions d'optimisation
- ✓ Conduire un audit de compte structuré et prioriser les axes d'optimisation
- ✓ Construire un tableau de bord de pilotage ROI

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques illustrés par des cas concrets et ateliers pratiques



Ateliers d'audit et d'optimisation sur compte réel ou anonymisé.



Échanges et retours d'expérience entre participants.



Support de formation remis à chaque participant

TARIFS

Tous nos tarifs sont indiqués en euros HT. Un devis personnalisé peut être établi sur demande.

Le tarif de cette formation est de 1 500 € HT par session.

MODALITÉS DE RÈGLEMENT

Le règlement s'effectue par virement bancaire à réception de la facture émise à l'issue de la formation. Un acompte de 30 % peut être demandé à la signature de la convention de formation.

DÉLAI D'ACCÈS

Le délai d'accès entre la demande du bénéficiaire et le début de la prestation est estimé **entre 1 et 2 semaines** selon la nature de la formation, les disponibilités et le mode de financement retenu.

Le délai d'accès (Rétractation) est porté à 14 jours (article L.121-16 du Code de la consommation) pour les contrats conclus « à distance » et les contrats conclus « hors établissement ». Pour du présentiel, le délai d'accès (Rétractation) 10 jours selon l'article L.6353-5 du Code du Travail.

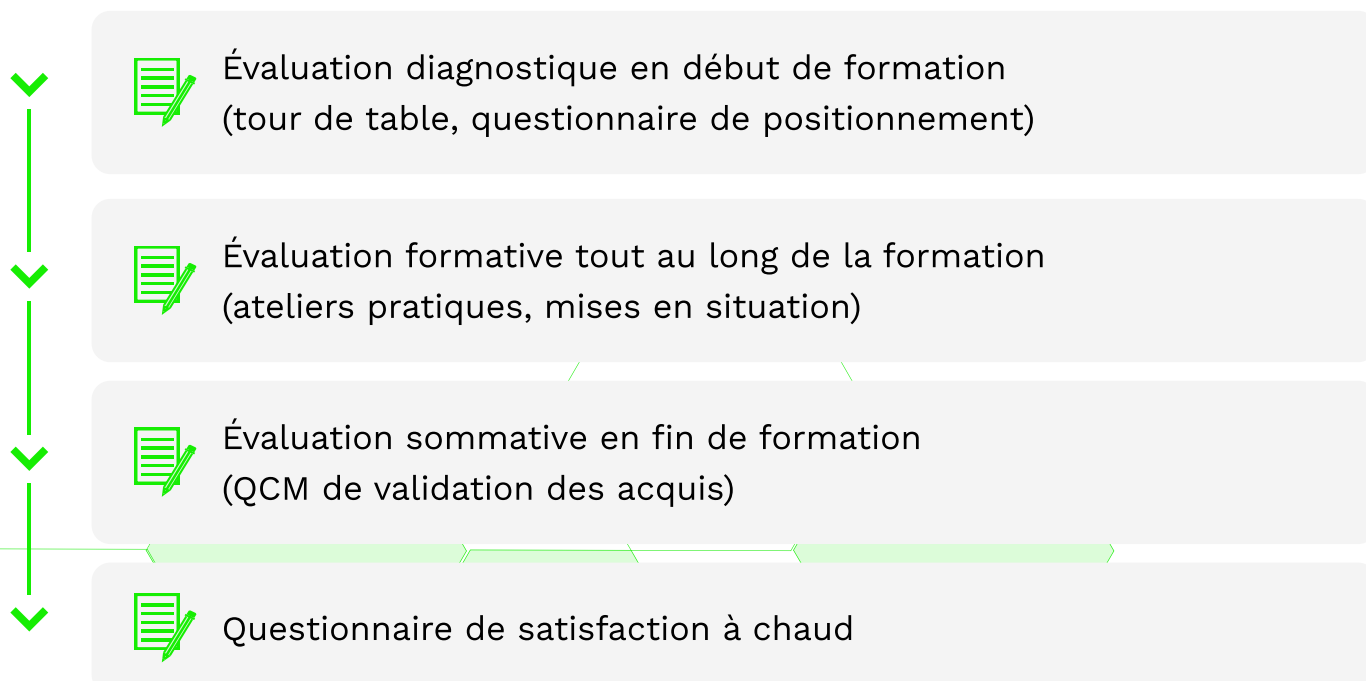
ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Pour toutes nos formations, nous réalisons des études préalables à la formation pour adapter les locaux, les modalités pédagogiques et l'animation de la formation en fonction de la situation de handicap annoncée. Le DUERP (document unique d'évaluation des risques professionnels) du client s'applique à la formation.

En fonction des demandes, nous mettons tout en œuvre pour nous tourner vers les partenaires spécialisés.

Référent Handicap : Quentin Benoliel - quentin.benoliel@junto.fr

MODALITÉS D'ÉVALUATION



MOYENS D'ENCADREMENT



Profil du formateur

Consultant(e) senior en stratégie Google Ads et paid media, avec une expertise multi-formats (Search, Shopping, Display, YouTube, Performance Max) et une vision transverse orientée performance et ROI.



Expérience

+10 ans d'expérience en pilotage de campagnes Google Ads pour des PME, ETI et grands comptes.
Gestion de budgets mensuels de 5 000 € à 500 000 €.
Interventions auprès de secteurs variés (e-commerce, B2B, services, immobilier).



Compétences techniques

Expertise en stratégie d'enchères (Smart Bidding, CPA cible, ROAS cible), structuration de campagnes, Quality Score, tracking (Google Tag Manager, GA4), Google Merchant Center, feed produit, audiences, et mesure de performance.



Compétences distanciel

Maîtrise des outils de visioconférence (Zoom, Teams, Google Meet), partage d'écran interactif, animation à distance, gestion de breakout rooms pour les ateliers pratiques.



Contact formateur

Le formateur est joignable par email à **formation@junto.fr** avant, pendant et après la formation.

- Pendant la formation : disponible en continu.
- Après la formation : disponible par email du lundi au vendredi, 9h–18h, pendant 30 jours pour les questions de mise en pratique.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Module	Titre de la séquence	Contenu	Modes pédagogiques
MODULE 1 Matin 1h	Stratégies d'enchères intelligentes et Smart Bidding	✓ Enchères manuelles vs automatiques ✓ Enchères automatiques : panoramas et conditions d'activations ✓ Période d'apprentissage : durée , signaux de perturbation, actions à éviter ✓ Signaux exploités par le Smart Bidding : appareil, heure, géolocalisation, audience, navigateur, requête exacte ✓ Stratégies de portefeuille : mutualiser le budget et les données de conversion entre plusieurs campagnes ✓ Pièges : objectifs trop ambitieux, volume de conversions insuffisant, changements brutaux de budget ✓ Transition progressive : méthode en 3 étapes pour basculer sans perte de performance	Exposé interactif Atelier pratique Synchrone

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Module	Titre de la séquence	Contenu	Modes pédagogiques
MODULE 2 Matin 1h	Google Shopping et Performance Max	✓ Google Merchant Center : structure, flux produit, attributs obligatoires et recommandés, diagnostics d'erreurs fréquentes ✓ Campagnes Shopping standard : segmentation par marque, catégorie, marge, priorité de campagne — logique de structure ✓ Performance Max : architecture complète, asset groups, signaux d'audience, listing groups, exclusions de produits ✓ Coexistence Shopping standard et PMax : stratégie de segmentation, règles de priorité, cas où l'un prime sur l'autre ✓ Optimisation du feed produit : titres (structure marque + type + attributs), descriptions, images, GTIN — impact direct sur le CTR et la diffusion ✓ Pilotage à la marge : utiliser les custom labels pour segmenter par tranche de marge et appliquer des ROAS différenciés ✓ Analyse des rapports Shopping : catégories, produits, termes de recherche, benchmarks prix concurrents	Démonstration Atelier collaboratif Synchrone

Démonstration

Atelier collaboratif

Synchrone

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Module	Titre de la séquence	Contenu	Modes pédagogiques
MODULE 3 Matin 1h15	Attribution, audiences avancées et remarketing	✓ Modèles d'attribution dans Google Ads : dernier clic, linéaire, basé sur les données (DDA) ✓ Audiences avancées : remarketing standard, remarketing dynamique (catalogue), audiences similaires (Lookalike) ✓ Customer Match : import de listes CRM, segmentation par statut client ✓ Segments d'audience personnalisés : audiences d'intention, audiences basées sur les recherches Google ✓ Stratégies d'enchères par segment d'audience : ajustements d'enchères vs ciblage exclusif ✓ Exclusions d'audiences : éviter de dépenser sur des profils non convertibles	Exposé interactif Étude de cas Synchrone

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Module	Titre de la séquence	Contenu	Modes pédagogiques
MODULE 4 Matin 1h	Scripts, automatisations et productivité	✓ Scripts : automatiser les tâches répétitives, créer des alertes, gagner en réactivité ✓ Scripts essentiels sans code : alertes budget épuisé, alertes CPA hors cible, pause automatique des mots-clés non performants ✓ Scripts intermédiaires : rapport de performance hebdomadaire automatisé envoyé par email, mise en pause des annonces sur les pages d'erreur 404 ✓ Règles automatisées natives Google Ads : ajustement de budget selon le jour, activation/désactivation d'annonces promotionnelles ✓ Automatisations GA4 → Google Ads : import d'audiences GA4 dans Google Ads, conversions secondaires comme signal ✓ Outils complémentaires : Optmyzr, Google Ads Editor pour les modifications en masse ✓ Bonnes pratiques : tester chaque script en mode simulation avant activation	Démonstration Atelier pratique Synchrone

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Module	Titre de la séquence	Contenu	Modes pédagogiques
MODULE 5 Après-midi 1h15	Audit de compte, optimisation avancée et pilotage ROI	✓ Méthode d'audit de compte structurée en 8 axes : structure, enchères, annonces, extensions, audiences, tracking, feed produit, landing pages ✓ Rapport sur les termes de recherche avancé : segmentation par intention, export massif et industrialisation des listes de négatifs ✓ Analyse de l'Impression Share (IS) : IS perdu par budget vs IS perdu par rang ✓ Identification des mots-clés cannibaux entre campagnes : méthode de détection et résolution ✓ Optimisation des landing pages : impact du Quality Score, tests A/B, alignement message annonce / page destination ✓ Construction d'un tableau de bord Looker Studio connecté à Google Ads et GA4 ✓ ROI publicitaire réel : méthodes, angles d'argumentation, gestion des objections budgétaires	Atelier collaboratif Étude de cas Synchrone

Atelier collaboratif

Étude de cas

Synchrone

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Module	Titre de la séquence	Contenu	Modes pédagogiques
MODULE 6 Après-midi 1h	Cas pratiques transversaux et plan d'action personnalisé	✓ Atelier fil rouge : chaque participant présente en 5 min la situation de son compte, ses objectifs et le principal levier identifié pendant la journée ✓ Revue collective : le groupe identifie les axes d'optimisation prioritaires pour chaque cas présenté ✓ Construction du plan d'action personnalisé : roadmap à 30/60/90 jours avec actions priorisées par impact et effort ✓ ROI publicitaire réel : méthodes, angles d'argumentation, gestion des objections budgétaires	Atelier collaboratif Échange collectif Synchrone
SYNTHÈSE Après-midi 30 min	Synthèse & plan d'action	✓ Récapitulatif des acquis de la journée ✓ Remise des supports : grille d'audit, bibliothèque de scripts, modèle Looker Studio, benchmark sectoriel ✓ Ébauche de plan d'optimisation personnalisé finalisé pour chaque participant ✓ Prochaines étapes concrètes : Google Ads API, scripts communautaires, veille algorithmique	Atelier pratique Échange collectif Synchrone



CONTACT & INSCRIPTION

Junto — Agence Paid Media

Organisme de formation — Déclaration d'activité en cours

✉ formation@junto.fr

La prise de rendez-vous pour procéder à l'inscription s'effectue via le formulaire disponible sur la page Formation sur junto.fr/formations