

FORMATION MÉDIA

Gestion de flux produits

Comprendre, créer et diffuser ses premiers flux produits.

Durée

1 journée (7h)

Tarif

1 200€^{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

Responsables e-commerce

Chargés de marketing digital

Traffic managers

PRÉREQUIS

- Disposer d'une boutique en ligne active (Shopify, WooCommerce, PrestaShop ou autre CMS e-commerce).
- Avoir un catalogue produits existant (au moins quelques dizaines de références).
- Notions de base en e-commerce recommandées (connaissance des concepts de SKU, variante produit, catégorie).
- Aucune expérience préalable en création de flux XML/CSV requise.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

- ✓ Expliquer ce qu'est un flux produits et son rôle dans la diffusion du catalogue e-commerce.
- ✓ Comprendre les formats de flux (XML, CSV) et les attributs essentiels exigés par chaque plateforme.
- ✓ Créer un flux produits manuel ou via son CMS et l'exporter au bon format.
- ✓ Configurer et soumettre un flux dans Google Merchant Center ou un gestionnaire de flux.
- ✓ Identifier et corriger les erreurs et avertissements les plus fréquents dans Google Merchant Center.
- ✓ Soumettre un flux produits basique sur Meta Commerce Manager.
- ✓ Diagnostiquer la qualité de son catalogue et identifier les axes d'amélioration prioritaires.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques illustrés par des cas concrets et ateliers pratiques



Ateliers sur le catalogue réel ou sur un jeu de données de démonstration



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 1 200 € 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.

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



Évaluation diagnostique en début de formation
(tour de table, questionnaire de positionnement)



Évaluation formative tout au long de la formation
(ateliers pratiques, mises en situation)



Évaluation sommative en fin de formation
(QCM de validation des acquis)



Questionnaire de satisfaction à chaud

MOYENS D'ENCADREMENT



Profil du formateur

Consultant(e) senior en e-commerce et marketing digital, spécialisé dans la gestion des flux produits et l'optimisation des catalogues pour les principales plateformes publicitaires et marketplaces.



Expérience

10 ans minimum d'expérience en gestion de flux produits pour des e-commerçants de toutes tailles (TPE, PME, ETI). Pilotage de catalogues de 100 à 500 000 références. Interventions dans des secteurs variés (mode, maison, high-tech, beauté, sport, B2B).



Compétences techniques

Expertise en création et optimisation de flux XML/CSV, Google Merchant Center, Meta Commerce Manager, Bing/Microsoft Shopping, Amazon, plateformes de gestion de flux (Channable, DataFeedWatch, Lengow, Shopping Feed), règles de transformation, et analyse de performance catalogue.



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 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 1 Comprendre les flux produits et l'écosystème de diffusion **1h**

Modes pédagogiques : Exposé interactif Étude de cas Synchrone

- ✓ Définition, rôle et cas d'usage du flux produits (Shopping Ads, marketplaces, comparateurs, remarketing dynamique).
- ✓ Les formats de flux : XML vs CSV
- ✓ Les principaux canaux de diffusion : Google Shopping, Meta, Bing Shopping, Amazon, Cdiscount, La Redoute...
- ✓ Anatomie d'un flux produits : structure, balises, hiérarchie des données.
- ✓ Les attributs universels : id, title, description, link, image_link, price, availability, condition.
- ✓ Panorama des outils de gestion de flux : natifs CMS, exports manuels, plateformes dédiées.

MODULE 2 Créer son premier flux produit **1h30**

Modes pédagogiques : Démonstration Atelier collaboratif Synchrone

- ✓ Export natif depuis Shopify, WooCommerce et PrestaShop : paramétrage et limites.
- ✓ Création d'un flux CSV manuel : structure, colonnes obligatoires, gestion des variantes (taille, couleur).
- ✓ Gestion des identifiants produits : GTIN (EAN/UPC/ISBN), MPN, brand.
- ✓ Titres produits performants : structure recommandée par Google (Marque + Type + Attributs clés).
- ✓ Descriptions produits : longueur, mots-clés, informations essentielles à inclure.
- ✓ Images : exigences techniques, erreurs à éviter (fond blanc, résolution).
- ✓ Gestion des prix et promotions : prix barré, prix de vente, taxes (TVA) et devises.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 3 Google Merchant Center : configuration et soumission 1h

Modes pédagogiques : Atelier collaboratif Échange collectif Synchrone

- ✓ Création et configuration d'un compte Google Merchant Center (GMC).
- ✓ Vérification et revendication du site web.
- ✓ Soumission d'un flux : flux principal, flux supplémentaires, flux de prix et de promotions.
- ✓ Paramétrage des livraisons et retours dans GMC — impact direct sur l'éligibilité.
- ✓ Lecture du tableau de bord GMC : produits actifs, en attente, refusés, avertissements.
- ✓ Les 10 erreurs les plus fréquentes dans GMC et comment les corriger.

MODULE 4 Meta et SMA manager : premières diffusions 1h

Modes pédagogiques : Échange collectif Atelier collaboratif Synchrone

- ✓ Meta Commerce Manager : création d'un catalogue produits et connexion aux pages.
- ✓ Méthodes d'import : flux URL, import manuel CSV, connexion partenaire.
- ✓ Attributs spécifiques Meta : availability, condition, sale_price, google_product_category.
- ✓ Pixel Meta et événements e-commerce (ViewContent, AddToCart, Purchase) et remarketing dynamique.
- ✓ Diagnostics Meta : produits refusés, politique publicitaire, erreurs courantes.
- ✓ Atelier pratique : soumission d'un flux et correction des premières erreurs dans GMC.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

SYNTHÈSE

Synthèse et roadmap d'optimisation 30 min

Modes pédagogiques : Échange collectif Synchrone

- ✓ Récapitulatif des acquis de la journée
- ✓ Ébauche de plan d'optimisation personnalisé pour chaque participant
- ✓ Prochaines étapes concrètes et ressources avancées (Google Ads API, scripts communautaires)





CONTACT & INSCRIPTION

Junto — Agence Paid Media

Organisme de formation — Déclaration d'activité en cours

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