

FORMATION MÉDIA

Google Ads Fondamentaux

Comprendre l'écosystème, structurer ses campagnes
Search et mesurer ses premières conversions.

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 marketing

Chargés de communication

Traffic managers

PRÉREQUIS

- Disposer d'un compte Google et d'un accès à Google Ads
- Notions de base en marketing digital recommandées
- Aucune expérience préalable en gestion de campagnes payantes requise

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

- ✓ Expliquer le fonctionnement du réseau Google Ads et de son modèle d'enchères (Quality Score, Ad Rank)
- ✓ Structurer un compte Google Ads de manière efficace (campagnes, groupes d'annonces, mots-clés)
- ✓ Choisir et utiliser les types de correspondance de mots-clés adaptés à chaque objectif
- ✓ Rédiger des annonces Search responsives (RSA) performantes et exploiter les extensions
- ✓ Paramétrer le tracking des conversions via Google Tag Manager et GA4
- ✓ Lancer une première campagne Search opérationnelle et en surveiller les indicateurs clés

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 1 200 € 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 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 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 L'écosystème Google Ads et le modèle d'enchères **1h**

Modes pédagogiques : Exposé interactif Échange collectif Synchrone

- ✓ Fonctionnement du réseau Google : Search, Display, YouTube, Shopping, Maps
- ✓ Le système d'enchères au second prix : CPC, CPM, CPV
- ✓ Quality Score : 3 composantes (taux de clic attendu, pertinence de l'annonce, expérience page de destination)
- ✓ Ad Rank : comment il détermine la position ET le CPC réellement payé
- ✓ Panorama des types de campagnes et cas d'usage : quand utiliser quoi ?
- ✓ Structure d'un compte performant : campagnes > groupes d'annonces > mots-clés > annonces

MODULE 2 Mots-clés, ciblage et structure de campagne **1h30**

Modes pédagogiques : Exposé interactif Exercice pratique Synchrone

- ✓ Types de correspondance : exact, expression, large
- ✓ Mots-clés négatifs : pourquoi ils sont indispensables et comment les gérer
- ✓ Recherche de mots-clés avec le Keyword Planner : volume, concurrence, CPC estimé
- ✓ Structuration d'une campagne
- ✓ Ciblage géographique, horaires et par appareils : paramétrage et impact budget
- ✓ Atelier pratique : construction d'un plan de mots-clés sur un secteur donné par les participants

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 3 Rédaction d'annonces et extensions **1h**

Modes pédagogiques : Atelier collaboratif Étude de cas Synchrone

- ✓ Annonces Search responsives (RSA) : structure, titres, descriptions
- ✓ Principes de copywriting orienté conversion : USP, appel à l'action, adéquation mot-clé / annonce / page
- ✓ Extensions essentielles : sitelinks, accroches, extraits de site, appel, lieu
- ✓ Comment Google évalue et combine les variantes d'annonces
- ✓ Erreurs classiques et comment les éviter
- ✓ Atelier pratique : rédaction d'annonces sur des cas réels apportés par les participants

MODULE 4 Tracking des conversions et mesure de performance **1h**

Modes pédagogiques : Démonstration Atelier pratique Synchrone

- ✓ Tracking : priorité absolue avant toute campagne
- ✓ Définir ses objectifs de conversion : formulaire, achat, appel, durée de session
- ✓ Paramétrage pas à pas du tracking via Google Tag Manager et GA4
- ✓ Importation des conversions dans Google Ads et vérification
- ✓ KPIs essentiels pour débiter : impressions, clics, CTR, CPC moyen, taux de conversion, CPA
- ✓ Lecture des principaux rapports Campaign Manager
- ✓ Atelier pratique : vérification et débogage d'un tag de conversion

PROGRAMME DÉTAILLÉ

SYNTHÈSE Synthèse & plan d'action **30 min**

Modes pédagogiques : Échange collectif Synchrone

- ✓ Récapitulatif des acquis de la journée
- ✓ Checklist de lancement d'une première campagne Search (15 points de contrôle)
- ✓ Ressources complémentaires recommandées (Google Skillshop, aide Google Ads)





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