PROGRAMME DE FORMATION

Google Ads : créer, piloter et optimiser ses campagnes (Search, Performance Max, Shopping)

Commerce, Marketing & Vente

RÉFÉRENCE
WF-0496

VERSION
V2026-006

ÉDITION
3 novembre 2026

DOMAINE
Commerce, Marketing & Vente

DURÉE
21 h

MODALITÉ
Distanciel asynchrone (e-learning)

PROGRAMME
6 modules
25 leçons

SANCTION
Attestation
et certificat de réalisation

Objectifs pédagogiques

- Expliquer le fonctionnement des enchères et du classement des annonces, et structurer un compte selon les objectifs.
- Rechercher et organiser des mots clés avec les types de correspondance et les mots clés à exclure.
- Rédiger des annonces responsives et des composants pertinents, et améliorer la cohérence avec la page de destination.
- Configurer le suivi des conversions dans le respect du consentement et choisir un modèle d'attribution.
- Choisir une stratégie d'enchères et un budget, lire les rapports et conduire des expériences.
- Mettre en place des campagnes Shopping et Performance Max à partir d'un flux Merchant Center et les piloter.

L'essentiel de la formation

Public visé

Chargés de marketing digital, gérants de boutique en ligne, dirigeants de TPE-PME et indépendants qui veulent créer et piloter eux-mêmes leurs campagnes Google Ads ou contrôler le travail d'une agence.

Prérequis

- Connaître les bases du marketing en ligne (site, page de destination, conversion) ; WF-0493 ou une pratique équivalente est un atout.
- Utiliser un tableur à un niveau courant (tri, filtre, formules simples).
- Disposer d'un ordinateur avec une connexion internet ; aucun compte publicitaire ni budget n'est nécessaire pendant la formation.

Modalités et déroulement

Formation à distance, en ligne, à rythme libre, organisée autour d'entreprises fictives (Maison Ardelle, torréfacteur artisanal avec boutique et vente en ligne ; Brévance, éditeur de logiciel B2B ; Atelier Solvène, institut de beauté de quartier — entreprises fictives, données fictives). Un test de positionnement ouvre le parcours. Chaque leçon associe une vidéo de démonstration, une fiche pratique à conserver et deux mises en pratique corrigées (simulations dans les interfaces, listes de mots clés sur tableur, rédaction d'annonces, audits et analyses de comptes) ; chaque module se clôt par un atelier de synthèse corrigé, une vidéo récapitulative et un quiz. Les manipulations se font dans des interfaces reconstituées de Google Ads et de Google Merchant Center, signalées comme simulations (aucun compte payant ni dépense publicitaire n'est nécessaire), puis, si l'apprenant le souhaite, sur son propre compte. Temps de formation réparti à environ 60 % de pratique, 30 % de démonstrations et d'apports, 10 % d'évaluation. Accompagnement par un formateur par messagerie (réponse sous 48 h ouvrées), correction individuelle des livrables sur demande.

Méthodes pédagogiques

- Positionnement en début de parcours
- Apports en vidéo : explications et démonstrations
- Exercices d'application et mises en pratique corrigées
- Production de livrables professionnels
- Atelier de synthèse en fin de module
- Quiz et QCM d'auto-évaluation
- Accompagnement et retours du formateur

Répartition du temps de formation : **18 %** théorique · **54 %** pratique · **28 %** évaluation

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme de formation en ligne, accès individuel à distance
- Vidéos pédagogiques
- Fiches pratiques à conserver
- Quiz et exercices interactifs en ligne
- Correction des productions sur grille de critères
- Messagerie avec le formateur (réponse sous 48 h ouvrées)

Modalités d'évaluation

Positionnement initial (non éliminatoire) ; correction automatique ou sur grille critériée de chaque exercice ; atelier de synthèse corrigé et quiz à la fin de chaque module ; évaluation finale interne : conception en simulation d'une campagne sur le Réseau de Recherche complète (structure, mots clés, annonces, composants, conversion, enchère, budget), audit d'un compte Shopping / Performance Max et plan d'optimisation, corrigés sur grille, et questionnaire de 20 questions. Seuil de réussite interne : 70 % des critères. Une attestation de fin de formation précise les compétences évaluées ; aucune certification n'est délivrée.

Sanction

Une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation sont remis au participant sous réserve de la réalisation du parcours.

Cette formation n'est pas présentée comme préparant à une certification enregistrée : elle ne comprend ni inscription ni présentation à des épreuves de certification, et n'ouvre droit à aucune délivrance de certification ni au financement par le CPF.

Modalités et délais d'accès

La demande d'inscription peut être effectuée par téléphone, par courrier électronique ou au moyen du formulaire en ligne.

Un entretien ou un questionnaire de positionnement permet de vérifier l'adéquation de la formation avec les besoins, le niveau initial et les prérequis du candidat.

L'inscription devient définitive après validation du dossier administratif, acceptation des documents contractuels et, le cas échéant, confirmation du financement.

Les accès à la plateforme sont généralement activés sous 48 à 72 heures ouvrées après validation complète du dossier.

Les formations à distance sont proposées en entrées et sorties permanentes, sous réserve des délais ou dates imposés par le financeur ou le certificateur.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Vidéos sous-titrées et transcrites, fiches pratiques et corrigés en version texte lisible par les lecteurs d'écran, tableaux fournis aussi en format tableur accessible, navigation au clavier, rythme libre et durée allongeable pour les exercices chronométrés. Référent handicap joignable à handicap@will-formation.com pour étudier toute adaptation (durée, supports, outils, modalités d'évaluation).

Tarif de la formation

Prix : **1 710 €**

Financement : prise en charge possible par les organismes financeurs, selon les critères d'éligibilité applicables.

Qualiopi processus certifié

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION. Certificat QUA25070009. WILL FORMATION — Société par actions simplifiée à associé unique au capital de 30 000 € — NDA 11757059675 (cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État) — SIRET 893 713 180 00014 — 01 85 09 25 99 — info@will-formation.com — www.will-formation.com

Programme détaillé

6 modules, 25 leçons — durée totale 21 h.

01 Comprendre Google Ads et structurer son compte

1. Positionnement — Google Ads
2. Le fonctionnement de l'enchère et du classement
3. Choisir ses types de campagnes
4. Structurer le compte et paramétrer les campagnes
5. Atelier de synthèse — Comprendre Google Ads et structurer son compte

02 Choisir et organiser les mots clés

1. Rechercher des mots clés et lire l'intention
2. Types de correspondance et mots clés à exclure
3. Exploiter le rapport des termes de recherche
4. Atelier de synthèse — Choisir et organiser les mots clés

03 Rédiger annonces et composants

1. Rédiger des annonces responsives
2. Ajouter les composants
3. Aligner l'annonce et la page de destination
4. Atelier de synthèse — Rédiger annonces et composants

04 Mesurer les conversions

1. Créer les actions de conversion
2. Fiabiliser la mesure et respecter le consentement
3. Comprendre l'attribution
4. Atelier de synthèse — Mesurer les conversions

05 Piloter enchères et budgets

1. Choisir une stratégie d'enchères
2. Fixer et répartir le budget
3. Analyser, trier les recommandations et expérimenter
4. Atelier de synthèse — Piloter enchères et budgets

06 Déployer Shopping et Performance Max

1. Préparer le flux de produits dans Merchant Center
2. Créer et piloter une campagne Shopping
3. Créer et piloter une campagne Performance Max
4. Atelier de synthèse — Déployer Shopping et Performance Max