

Programme de formation

GEA : Campagnes ChatGPT Ads

1 jour, soit 7 heures

Public visé

Marketeurs, chargés de communication et responsables acquisition souhaitant découvrir et lancer leurs premières campagnes ChatGPT Ads.

Pré-requis

Aucun prérequis technique. Une première expérience de la publicité en ligne (Google Ads, Meta Ads ou équivalent) est un plus.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre le fonctionnement de ChatGPT Ads et son positionnement dans l'écosystème publicitaire.
- Configurer son compte annonceur : profil entreprise, facturation et outils de suivi (pixel).
- Choisir le bon objectif de campagne, son ciblage et son budget.
- Structurer une campagne en groupes d'annonces (ad groups) cohérents.
- Rédiger des indices contextuels efficaces pour orienter le ciblage.
- Concevoir des publicités engageantes et conformes.
- Analyser les résultats de ses campagnes pour les optimiser.

Description/Contenu

Module 1 – Comprendre le fonctionnement de ChatGPT Ads

Objectifs pédagogiques

- Comprendre où et comment les publicités s'affichent dans ChatGPT, et qui peut les voir.

Contenu

- Un nouveau format publicitaire : les annonces apparaissent sous la réponse de l'IA, sans jamais influencer son contenu.
- Qui voit les publicités : uniquement les utilisateurs des forfaits gratuits (Free et Go) — les abonnés payants n'en voient pas.
- Les engagements d'OpenAI : les annonceurs ne peuvent pas influencer les réponses, et les données des utilisateurs restent protégées.
- À quoi ressemble une annonce : un titre, un texte, une image, un lien, clairement identifiée comme « Sponsorisée ».



Module 2 – Configurer son compte annonceur

Objectifs pédagogiques

- Créer et configurer un compte prêt à diffuser des campagnes.

Contenu

- Créer son compte et vérifier son entreprise.
- Renseigner ses informations de facturation.
- Installer le pixel de suivi sur son site pour mesurer les résultats des campagnes.
- Atelier : lister les informations et accès nécessaires pour configurer son compte.

Module 3 – Choisir son objectif, son ciblage et son budget

Objectifs pédagogiques

- Définir une stratégie de campagne adaptée à ses objectifs commerciaux.

Contenu

- Les trois objectifs de campagne : faire connaître sa marque, générer du trafic, ou obtenir des conversions.
- Définir son budget : budget quotidien ou budget total pour toute la campagne.
- Cibler sa zone géographique et les plateformes visées (web, mobile).

Module 4 – Structurer une campagne en groupes d'annonces

Objectifs pédagogiques

- Organiser une campagne de façon claire et efficace.

Contenu

- La logique Campagne > Groupe d'annonces > Annonce.
- Un groupe d'annonces = un thème, un produit ou une intention précise.
- Bonnes pratiques d'organisation pour faciliter le suivi et l'optimisation.
- Atelier : structurer une campagne pour un cas concret d'un participant.

Module 5 – Rédiger des indices contextuels efficaces

Objectifs pédagogiques

- Formuler des indices qui orientent efficacement le ciblage des annonces.

Contenu

- Les indices contextuels : des descriptions d'intention, pas des mots-clés.
- Exemples de bonnes et mauvaises formulations.
- Atelier : rédiger des indices contextuels pour une offre du participant.

Module 6 – Concevoir des publicités engageantes

Objectifs pédagogiques

- Créer des annonces qui donnent envie de cliquer, dans le respect des formats imposés.

Contenu

- Privilégier la valeur concrète à l'appel à l'action agressif.
- Bonnes pratiques de rédaction : titres courts, descriptions centrées sur le bénéfice.
- Formats d'image à respecter.
- Vérifier que sa page de destination est bien accessible.

Module 7 – Analyser les résultats de ses campagnes

Objectifs pédagogiques

- Lire et interpréter les résultats pour ajuster ses campagnes.

Contenu

- Les indicateurs à suivre : impressions, clics, taux de clic (CTR), coût par clic ou par conversion.
- Comprendre le délai d'apparition des résultats.
- Distinguer les conversions certaines des simples indications de visibilité.
- Pourquoi les chiffres peuvent différer légèrement de ceux de Google Analytics.

Synthèse

- Checklist de lancement d'une première campagne.
- Plan d'action individuel : premiers pas dès le retour au poste.

Modalités pédagogiques

Chacune de nos formations en présentiel est basée sur une pédagogie essentiellement active, se composant d'exposés théoriques et pratiques, de temps d'échanges, d'études de cas, dans des exercices individuels ou en groupe, permettant à chacun d'être acteur dans son apprentissage.

Nos formateurs sont formés aux **sciences cognitives**, ils sont à la fois experts dans leur domaine et pédagogues. Les exercices sont, dans la mesure du possible, extraites de votre quotidien professionnel et permettent ainsi d'appliquer et transférer rapidement les compétences acquises.

Chacune de nos formations en présentiel est basée sur une pédagogie essentiellement active, se composant d'exposés théoriques et pratiques, de temps d'échanges, d'études de cas, dans des exercices individuels ou en groupe, permettant à chacun d'être acteur dans son apprentissage.

Nos formateurs sont formés aux sciences cognitives, ils sont à la fois experts dans leur domaine et pédagogues. Les exercices sont, dans la mesure du possible, extraits de votre quotidien professionnel et permettent ainsi d'appliquer et transférer rapidement les compétences acquises.

La formation se basera sur une approche centrée sur la pratique. Les participants seront encouragés à configurer leur compte, à rédiger leurs propres indices contextuels et créations publicitaires, et à recevoir des retours pour améliorer leurs compétences.

Moyens et supports pédagogiques

Afin de créer des conditions les plus favorables pour nos formations, nous mettons à disposition des stagiaires :

- Des supports de cours (format papier ou multimédia) pour la partie en présentiel et FOAD de la formation
- Pour les formations en présentiel : Notre salle de cours est équipée de tableaux blancs, d'imprimante, d'une connexion WiFi, et d'un ordinateur portable par stagiaire avec les logiciels et applications appropriés.

Afin de créer des conditions les plus favorables pour nos formations, nous mettons à disposition des stagiaires :

- Des supports de cours (format papier ou multimédia) pour la partie en présentiel et FOAD de la formation.
- Pour les formations en présentiel : notre salle de cours est équipée de tableaux blancs, d'imprimante, d'une connexion WiFi, et d'un ordinateur portable par stagiaire avec les logiciels et applications appropriés.
- Guide pratique ChatGPT Ads (prise en main et bons usages).
- Modèles de checklist de lancement et de grille de rédaction d'indices contextuels.

Modalités d'évaluation et de suivi

Pédagogie active basée sur une évaluation tout au long de la formation, des quiz, des travaux pratiques, des exercices ou des mises en application.

Auto-positionnement et recueil de besoin des stagiaires avant la formation

Évaluations avec transmission au formateur pour analyse et dans un but d'évolution continue :

- à chaud en fin de formation
- à froid effectuée auprès du stagiaire après 3 mois

Accessibilité

Le délai d'accès à la formation est inférieur à 2 mois à réception du devis signé.

Le centre de formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Si vous avez des besoins en compensation pour suivre une formation, nous adapterons les modalités. Contactez notre référente handicap.

La référente handicap chez Voyelle est : Barbara Le Goffic 02 99 49 55 55