

Derrière la prise en main facile de Google Ads se cache un univers complexe, rythmé par des mises à jour et des fonctionnalités en constante évolution.

Check-List

Google



2025

Sommaire

- Définir sa stratégie Google Ads.
- Planifier sa campagne.
- Paramétrer son compte et ses campagnes.
- Créer des groupes d'annonces efficaces.
- Sélectionner les bons mots-clés.
- Rédiger des annonces performantes.
- Optimiser sa landing page.
- Mettre en place le tracking.
- Assurer le suivi et l'optimisation continue.

Trop souvent, les campagnes Google Ads sont mal configurées, ce qui entraîne une mauvaise utilisation du budget et des résultats décevants. Pourtant, Google ne vous alertera jamais si votre campagne est mal paramétrée.

Même si Google Ads semble simple à utiliser, la plateforme est en réalité complexe et en constante évolution. Les nombreuses fonctionnalités et mises à jour rendent sa maîtrise difficile, même pour les utilisateurs expérimentés.

C'est pour répondre à ces défis que j'ai créé cette check-list. Elle rassemble toutes les étapes essentielles pour concevoir, paramétrer et optimiser une campagne Google Ads rentable, même si vous partez de zéro.

C'est cette même check-list que j'utilise au quotidien pour piloter les campagnes de mes clients avec succès.

À votre tour, suivez-la pas à pas pour maximiser l'efficacité de vos investissements sur Google Ads !

*D*éfinir sa stratégie Google Ads

Vous souhaitez lancer une campagne Google Ads performante ? Avant toute chose, assurez-vous que votre offre est **irrésistible** et répond parfaitement aux besoins de votre marché.

Une offre solide est la base de toute stratégie publicitaire réussie.

Une fois votre offre validée, il est temps de bâtir une stratégie Google Ads efficace. Trop d'annonceurs se lancent sans objectifs clairs ni connaissance précise de leur audience, ce qui conduit à des budgets mal investis et des résultats décevants.

Pour maximiser vos chances de succès, commencez par définir précisément vos objectifs de campagne.

Souhaitez-vous générer des leads, augmenter vos ventes, accroître la notoriété de votre produit ou tester une nouvelle landing page ?

Chiffrez vos ambitions et fixez une période :

Par exemple : « Je veux obtenir 100 leads à 20 € le CPA durant le mois de mars. »

Ensuite, identifiez votre cible idéale en créant un buyer persona détaillé. Comprendre qui vous souhaitez atteindre vous permettra de personnaliser vos messages publicitaires et d'optimiser le ciblage de vos annonces, pour un impact maximal.

N'oubliez pas d'intégrer vos campagnes Google Ads dans une stratégie marketing globale. Coordonnez vos actions avec d'autres leviers (*SEO, réseaux sociaux, emailing...*) pour renforcer la cohérence et la performance de vos campagnes.

En suivant ces étapes, vous posez les fondations d'une stratégie Google Ads solide, prête à générer des résultats concrets et mesurables.

*P*lanifier sa campagne

Attention :

Savez-vous que 67% des budgets Google Ads sont gaspillés faute d'une planification rigoureuse ? Avant d'investir le moindre euro dans vos campagnes, une étape cruciale s'impose.

La planification de votre campagne est la clé pour maximiser chaque euro investi. Elle vous permet de déterminer précisément vos coûts d'acquisition et d'estimer votre retour sur investissement avant même de commencer.

Désir :

Voici la méthode en 4 étapes pour planifier une campagne rentable :

- Sélectionnez votre produit ou service phare.
- Fixez votre coût d'acquisition maximum acceptable.
- Calculez votre CPC (Coût Par Clic) maximum.
- Utilisez l'outil de planification Google Ads pour estimer votre budget.

Action :

Prenons l'exemple de X, coach en développement personnel :

- Son programme de coaching vaut 997€.
- Elle accepte un coût d'acquisition de 30€ par client.
- Son taux de conversion moyen est de 3%.
- Calcul de son CPC maximum : $\text{CPC max} = 30\text{€} \times 3\% = 0,90\text{€}$.

Avec ces données, X utilise l'outil de planification de mots-clés Google pour :

- Identifier les mots-clés pertinents.
- Vérifier que son CPC max de 0,90€ est réaliste.
- Estimer son budget mensuel nécessaire.

Conseil Pro : Commencez toujours avec un petit budget test avant de passer à l'échelle suivante. Cela vous permettra d'affiner vos calculs avec des données réelles et de permettre à l'algorithme de Google de mieux cerner vos demandes et vos buyers persona.

Prêt à planifier votre campagne ? Suivez ce modèle étape par étape et évitez les erreurs coûteuses que font 80% des annonceurs.

*P*lanifier sa campagne

Attention :

Saviez-vous qu'une simple erreur de paramétrage peut faire perdre jusqu'à 40% d'efficacité à vos campagnes Google Ads ? Les réglages initiaux sont la fondation de votre succès publicitaire.

Un paramétrage optimal de votre compte Google Ads vous permet non seulement d'économiser votre budget mais aussi d'obtenir de meilleures performances. Découvrez les secrets d'un paramétrage professionnel qui fait la différence.

Voici les 6 règles d'or pour un paramétrage parfait :

- **Nommage stratégique** : Adoptez une nomenclature claire et cohérente pour faciliter le suivi.
- **Séparation des réseaux** : Ne mélangez jamais Search et Display dans une même campagne.
- **Ciblage d'audience intelligent** : Utilisez le remarketing et les audiences in-market en observation.
- **Géolocalisation précise** : Adaptez votre ciblage géographique à votre activité.
- **Planification temporelle** : Optimisez vos horaires de diffusion.
- **Stratégie d'enchères adaptée** : Commencez manuel, passez en Smart Bidding au bon moment.

Prenons l'exemple de Thomas, propriétaire d'un restaurant italien à Lyon :

Son paramétrage optimal :

- **Nom de campagne** : «RESTO-LYON-SEARCH-ITALIEN-2025».
- **Réseau** : Search uniquement.
- **Audiences** :
 - Remarketing (*visiteurs du site*).
 - In-market «Amateur de cuisine italienne».
- **Géolocalisation** : Lyon + 10km.
- **Planification** : Lundi-Dimanche : 11h-14h30 et 18h-22h30.
 - Budget augmenté de 20% le week-end.
 - Enchères : Manuelles pour commencer (*1,50€ CPC*).

Résultats après 1 mois :

- 5000 impressions.
- 250 clics.
- 50 réservations.
- Coût par réservation : 15€.

Conseil Pro : Documentez tous vos paramétrages dans un fichier dédié. Cela vous permettra d'identifier rapidement ce qui fonctionne et ce qui doit être ajusté.

Prêt à paramétrer votre compte comme un pro ? Suivez ce guide étape par étape et évitez les erreurs classiques qui plombent la performance de vos concurrents.

Besoin d'aide pour mettre en place ces paramètres ? N'hésitez pas à me contacter pour un audit gratuit de votre compte !

Créer des groupes d'annonces
efficaces

Attention :

Savez-vous pourquoi certaines campagnes Google Ads coûtent deux fois plus cher que d'autres pour les mêmes résultats ? Le secret réside souvent dans la structure de vos groupes d'annonces.

Une organisation intelligente de vos groupes d'annonces peut réduire vos coûts jusqu'à 40% tout en augmentant vos taux de conversion. La clé ?

Une cohérence parfaite entre vos mots-clés, vos annonces et vos pages de destination.

Découvrez les 4 règles d'or pour des groupes d'annonces ultra-performants :

- **La règle du 5-20** : Limitez chaque groupe à 5-20 mots-clés maximum pour un contrôle optimal (*à optimiser quotidiennement*).
- **La règle de la thématique** : Structurez vos groupes autour d'un thème précis
- **La règle de la marque** : Séparez les mots-clés de marque des mots-clés génériques
- **La règle de la cohérence** : Alignez parfaitement vos mots-clés, annonces et landing pages

Prenons l'exemple de X, propriétaire d'une boutique de yoga en ligne :

Structure de sa campagne «Tapis de Yoga» :

CAMPAGNE : Tapis de Yoga Premium.

- **Groupe 1** : Tapis Écologiques.
 - Mots-clés (7) : tapis yoga naturel, tapis yoga écologique, tapis yoga bio...
 - Annonce : «Tapis de Yoga 100% Écologique | Matériaux Naturels Certifiés».
 - Landing page : Page dédiée aux tapis écologiques.
- **Groupe 2** : Tapis Débutants.
 - Mots-clés (5) : tapis yoga débutant, premier tapis yoga...
 - Annonce : «Tapis de Yoga Spécial Débutants | Confort Garanti».
 - Landing page : Page spéciale débutants.
- **Groupe 3** : Marque (Yogalife).
 - Mots-clés (6) : tapis yogalife, yogalife premium...
 - Annonce : «Tapis YogaLife Officiel | Collection Premium 2025».
 - Landing page : Page collection YogaLife.

Résultats après restructuration :

- CTR amélioré de 45%.
- Coût par conversion réduit de 35%.
- Quality Score moyen passé de 6/10 à 8/10.

Conseil Pro : Créez une matrice de correspondance entre vos mots-clés, annonces et landing pages avant de lancer vos campagnes. Cette simple vérification peut vous faire économiser des centaines d'euros.

Prêt à restructurer vos groupes d'annonces ? Suivez ce modèle éprouvé et voyez vos performances décoller !

Sélectionner les bons mots-clés

Attention :

Votre budget Google Ads part en fumée ? 73% des annonceurs gaspillent leur argent à cause d'une mauvaise sélection de mots-clés. Un seul mot-clé mal choisi peut engloutir votre budget sans générer la moindre vente.

La sélection stratégique de vos mots-clés est l'art de parler à la bonne personne, au bon moment, avec le bon message. Maîtrisez cette technique et vos coûts d'acquisition chuteront tandis que vos conversions s'envoleront.

Découvrez les 5 secrets des experts pour une sélection parfaite de vos mots-clés :

- Adaptez vos types de correspondance à votre budget :
 - Petit budget : Correspondance exacte
 - Grand budget : Mix stratégique (exacte + expression + large)
- Créez une liste de mots-clés à exclure :
 - Éliminez le trafic non qualifié
 - Protégez votre budget des clics inutiles
- Analysez vos termes de recherche :
 - Identifiez les pépites qui convertissent
 - Éliminez les mots-clés toxiques
- Ciblez l'intention d'achat :
 - Privilégiez les mots-clés transactionnels
 - Captez les acheteurs prêts à l'action
- Surveillez vos scores de qualité :
 - Optimisez ou pausez les mots-clés < 5/10
 - Amplifiez les gagnants (7+/10)

Prenons l'exemple de X, propriétaire d'une boutique de guitares vintage :

Sa stratégie mots-clés optimisée :

- Correspondance Exacte (Budget limité) :
 - [guitare fender stratocaster]
 - [gibson les paul occasion]
 - [acheter guitare vintage paris]

Mots-clés à exclure : gratuit - cours - partition - réparation

Mots-clés à forte intention d'achat :

- «acheter stratocaster 1965»
- «gibson les paul custom prix»
- «vente guitare collection»

Résultats après optimisation :

- Coût par clic : -35%.
- Taux de conversion : +45%.
- Score de qualité moyen : 8/10.
- ROI : +60%.

Conseil Pro : Créez un tableau de bord pour suivre hebdomadairement vos scores de qualité et vos termes de recherche. 15 minutes d'analyse par semaine peuvent vous faire économiser des centaines d'euros.

*R*édiger des annonces performantes

Attention :

Imaginez perdre des milliers de clients potentiels à cause d'une simple annonce mal rédigée... C'est la réalité de 82% des annonceurs Google Ads qui négligent l'art de la rédaction publicitaire.

La différence entre une annonce moyenne et une annonce performante peut multiplier par 3 votre taux de clic et diviser par 2 votre coût par acquisition. La bonne nouvelle ? Il existe une formule secrète pour créer des annonces irrésistibles.

Maîtrisez les 5 piliers d'une annonce Google Ads parfaite :

- L'intégration des mots-clés
 1. Placez stratégiquement vos mots-clés dans les titres.
 2. Augmentez votre Quality Score.
- L'appel à l'action puissant
 1. Déclenchez l'urgence.
 2. Motivez le clic immédiat.
- Les URL personnalisées
 1. Renforcez votre message.
 2. Augmentez la confiance.
- L'argumentaire unique
 1. Différenciez-vous de la concurrence.
 2. Mettez en avant votre valeur ajoutée.
- L'insertion dynamique
 1. Personnalisez automatiquement vos annonces.
 2. Parlez directement à votre cible.

Découvrez comment X, propriétaire d'une boutique de cosmétiques bio, a transformé ses annonces :

Avant :

- Cosmétiques Bio en Ligne
- Produits naturels et bio pour votre peau
- Livraison rapide. Achetez maintenant
- www.biobeaute.fr

Après :

- Cosmétiques Bio Premium | -20% Aujourd'hui
- Crèmes Visage 100% Naturelles
- Livraison 24h Offerte + Échantillon Gratuit
- www.biobeaute.fr/Promo-Flash

Résultats après optimisation :

CTR : +127%. Taux de conversion : +45%. Quality Score : 9/10. CPC moyen : -32%.

Conseil Pro : Créez toujours au moins 3 variantes d'annonces par groupe et laissez Google optimiser automatiquement leur diffusion.

O ptimiser sa Landing Page

Attention :

Vous attirez du trafic qualifié mais vos visiteurs ne convertissent pas ? Une landing page mal optimisée peut transformer votre investissement publicitaire en perte sèche. La bonne nouvelle ? La solution est plus simple que vous ne le pensez.

Le taux de conversion de votre landing page est LE facteur clé de votre ROI. Une optimisation intelligente peut transformer un taux de conversion de 1% en 5%, multipliant par 5 vos résultats avec le même budget publicitaire.

Découvrez les 4 piliers d'une Landing Page qui convertit :

- La page dédiée
 - Oubliez votre page d'accueil.
 - Créez une expérience sur-mesure.
- Le titre magnétique
 - Captez l'attention en 3 secondes.
 - Promettez un bénéfice concret.
- La navigation épurée
 - Éliminez les distractions.
 - Gardez uniquement l'essentiel légal.
- La preuve sociale
 - Rassurez avec des témoignages.
 - Démontrez votre expertise.

Découvrez comment X, coach sportif en ligne, a transformé sa landing page :

Avant la refonte :

Page d'accueil générique .Taux de conversion : 1.2% .Coût par lead : 45€

Après optimisation :

En-tête accrocheur : «Perdez 5kg en 30 jours avec notre programme personnalisé garanti»

Navigation simplifiée :

Un seul bouton CTA principal.

Menu réduit (*uniquement Mentions légales/Contact*).

Preuve sociale stratégique :

3 témoignages vidéo avant/après.

Badge «Élu meilleur coach fitness 2024».

Logos presse (*Men's Health, Elle, Le Monde*).

Call-to-Action puissant :

«Je commence ma transformation. Programme personnalisé offert»

Résultats après 30 jours :

Taux de conversion : 6.8% (+466%)

Coût par lead : 12€ (-73%)

ROI : +350%

Conseil Pro : Testez toujours deux versions de votre landing page (A/B testing) pour identifier les éléments qui convertissent le mieux.

*M*ettre en place le tracking

Attention :

Imaginez dépenser des milliers d'euros en publicité sans savoir ce qui fonctionne réellement... C'est pourtant la réalité de 65% des annonceurs qui négligent leur tracking. Sans données fiables, c'est comme conduire les yeux bandés.

Un tracking précis est votre GPS vers la rentabilité. Il vous permet non seulement de mesurer votre ROI au centime près, mais aussi d'optimiser vos campagnes pour maximiser vos résultats. Les entreprises avec un tracking avancé obtiennent en moyenne 43% de ROI supplémentaire.

Découvrez le système de tracking ultime en 5 étapes :

Configuration de base : Suivi sur site web. Tracking d'applications. Suivi des appels. Import de données externes.

Tracking avancé : Conversions avancées Google Ads. Suivi offline. Intégration CRM Consent Mode. Server-Side tracking.

Suivez l'exemple de X, propriétaire d'une agence immobilière en ligne :

Situation initiale :

- Budget mensuel : 5000€
- Pas de tracking précis
- ROI estimé : ???

Mise en place du tracking complet :

Tracking Web	Tracking Téléphonique	Intégration CRM	Configuration avancée
Formulaires de contact	Numéros dynamiques	Import des ventes offline	Consent Mode activé
Demandes de visite	Enregistrement des appels	Suivi du parcours client	Server-Side tracking
Téléchargements de brochures	Qualification des leads	Attribution multi-canal	Conversions avancées

Résultats après 3 mois :

- Visibilité complète sur le ROI.
- Coût par acquisition : -35%.
- Taux de conversion : +58%.
- ROI global : +127%.

Exemple de tableau de bord :

Appels qualifiés : 125.

- Formulaires : 250.
- Ventes finalisées : 15.
- CA généré : 75.000€.
- ROI : 1.500%.

Conseil Pro : Créez un document de suivi hebdomadaire pour analyser vos données et ajuster vos campagnes en temps réel.

*A*ssurer le suivi et l'optimisation
continue

Attention :

Une campagne Google Ads, c'est comme une voiture de Formule 1 : sans entretien régulier, même le meilleur bolide finit par perdre en performance. Saviez-vous que 78% des campagnes perdent en efficacité après seulement 3 mois sans optimisation ?

Le secret des campagnes rentables sur la durée ne réside pas dans leur configuration initiale, mais dans leur optimisation continue. Les annonceurs qui suivent et optimisent régulièrement leurs campagnes obtiennent en moyenne un ROI 3 fois supérieur.

Maîtrisez les 5 piliers de l'optimisation continue :

Suivi régulier	Actions correctives	Analyse approfondie	Tests continus	Veille et adaptation
Tableaux de bord personnalisés	Ajustements des enchères	Rapports de performance	A/B testing d'annonces	Nouvelles fonctionnalités
Alertes de performance	Optimisation des mots-clés	Tendances et patterns	Expérimentation de ciblages	Changements algorithmes
KPIs essentiels	Amélioration des annonces	Opportunités d'amélioration	Nouveaux formats	Mouvements concurrentiels

Découvrez comment X, propriétaire d'une boutique de bijoux en ligne, a transformé ses performances :

Avant optimisation continue :

- CPA : 45€.
- ROAS : 2.1.
- Budget mal utilisé.

Plan d'optimisation hebdomadaire :

Lundi : Analyse des performances	Mercredi : Optimisations techniques	Vendredi : Reporting et planification
Review des KPIs principaux	Ajustement des enchères	Bilan hebdomadaire
Identification des mots-clés toxiques	Mise à jour des annonces	Planification des tests
Analyse des scores de qualité	Test de nouvelles extensions	Ajustements budgétaires

Résultats après 3 mois :

- CPA : -40% (27€).
- ROAS : +85% (3.9).
- Budget optimisé à 95%.

Tableau de bord hebdomadaire : Performance vs Semaine précédente

- Impressions : +15%.
- CTR : +2.5 points.
- Conversions : +32%.
- CPA : -12%.

Conseil Pro : Créez une checklist d'optimisation hebdomadaire et mensuelle pour ne rien oublier.

Vous venez de découvrir les secrets que 90% des annonceurs Google Ads ignorent. La différence entre une campagne qui perd de l'argent et une campagne rentable ne tient souvent qu'à quelques détails stratégiques que nous avons partagés dans cet ebook.

En appliquant méthodiquement chaque étape présentée :

- **Stratégie claire et ciblée.**
- **Planification minutieuse.**
- **Paramétrage optimal.**
- **Groupes d'annonces structurés.**
- **Mots-clés stratégiques.**
- **Annonces performantes.**
- **Landing pages convertissantes.**
- **Tracking précis.**
- **Optimisation continue.**

Vous avez maintenant toutes les cartes en main pour créer et gérer des campagnes Google Ads rentables.

Imaginez dans 3 mois :

- **Vos campagnes générant un ROI positif**
- **Votre budget publicitaire s'autofinçant**
- **Vos ventes augmentant de façon prévisible**
- **Votre entreprise croissant sereinement**

Ce n'est pas un rêve, c'est ce que vivent nos clients qui appliquent cette méthodologie.

3 actions à mettre en place dès aujourd'hui :

- **Audit de vos campagnes actuelles :**
 - Téléchargez notre checklist d'audit gratuite.
 - Identifiez vos points d'amélioration.
 - Notez votre score sur 100.
- **Plan d'action personnalisé :**
 - Créez votre calendrier d'optimisation.
 - Fixez vos objectifs SMART.
 - Définissez vos KPIs.
- **Mise en œuvre progressive :**
 - Commencez par les actions à fort impact.
 - Mesurez vos résultats.
 - Ajustez votre stratégie.

Bonus exclusifs, pour aller plus loin :



Contactez-nous :

Email : contact@ads-performance.fr

Tél : 06 76 86 50 09

Site : <https://ads-performance.fr/>