

— L'ACQUISITION PAYANTE NOUVELLE GÉNÉRATION

ChatGPT Ads

Le Playbook

Ce qu'on sait. Comment se préparer. Comment optimiser.

500M+

utilisateurs ChatGPT par
mois

\$60

CPM de départ

Fév. 26

lancement officiel US

Lancer mes campagnes avec Bricks

NAVIGATION

Sommaire

18 pages · 8 sections

-
- 01** **Ce qu'on sait sur ChatGPT Ads** p. 03
Timeline officielle et chiffres clés du marché
-
- 02** **Le modèle publicitaire décrypté** p. 05
Règles du jeu, ciblage contextuel et pricing
-
- 03** **Les formats disponibles** p. 07
Sponsored placement, shopping ads, product feed, CPA
-
- 04** **Les annonceurs pionniers** p. 08
Qui teste, comment, avec quels résultats
-
- 05** **Se préparer avant de lancer** p. 10
Pertinence du canal, compte ads, framework de test
-
- 06** **Optimiser ses pages pour ChatGPT Ads** p. 12
5 principes copy + structure de landing page idéale
-
- 07** **Stratégie budgétaire et KPIs** p. 14
Benchmarks, phases budget, mesure et tracking
-
- 08** **Perspectives et roadmap OpenAI** p. 16
Ce qui arrive, point de vue Bricks et récap final
-

Ce qu'on sait sur ChatGPT Ads

Etat des lieux au 15 mai 2026.

TIMELINE OFFICIELLE

JAN. 2026

OpenAI annonce les premiers tests publicitaires. Shopping links et sponsored placements dans ChatGPT, d'abord pour les tiers Free et Go (8\$ par mois).

9 FÉV. 2026

Lancement officiel aux Etats-Unis. Déploiement des publicités pour les utilisateurs Free et Go aux USA. Pas d'ads sur Plus, Pro, Business, Enterprise ou Education.

FÉV. 2026

Premières marques pionnières. Target, Williams Sonoma, Audible, Adobe, Bed Bath and Beyond annoncent des tests. CPM affiché à 60\$, engagement minimum à 200 000\$.

MARS 2026

Shopify rejoint le réseau. Shopify permet à ses marchands d'accéder à ChatGPT Ads via Shop Campaigns. Criteo négocie aussi un accès.

AVR. 2026

Pixel de conversion en développement. OpenAI commence à construire un pixel de tracking de conversion pour mesurer les actions post-clic.

5 MAI 2026

Ouverture du self-serve ads manager. Le gestionnaire de publicités est ouvert à tous les annonceurs US (fin du minimum de 50 000\$). CPA bidding et mesure tierce annoncés.

7 MAI 2026

Expansion internationale. Lancement au UK, Brésil, Japon, Corée du Sud et Mexique. USA, Canada, Australie et NZ déjà actifs.

12 MAI 2026

Product Feed Campaigns pour le e-commerce. OpenAI lance les campagnes basées sur catalogue produit.

SECTION 01 · SUITE

Les chiffres à retenir

Quatre données qui résument l'état du marché ChatGPT Ads à mi-2026, à garder en tête avant tout test.

500M+

utilisateurs ChatGPT par mois

\$60

CPM de départ (hors négociation)

\$0

minimum de dépense depuis mai 2026

10+

marchés actifs à ce jour

Le positionnement officiel d'OpenAI

OpenAI refuse d'être positionné comme une alternative à Google Search. Leur message aux annonceurs est clair : ils veulent des budgets test et d'exploration, pas vos budgets search existants. ChatGPT est un endroit où les gens pensent, décident et cherchent des recommandations. C'est un canal différent de Google, pas un concurrent direct.

À NOTER

Self-serve désormais accessible aux annonceurs US sans engagement minimum.

HORS SCOPE

Europe francophone (FR, BE, CH) pas encore ouverte au 15 mai 2026.

Le modèle publicitaire décrypté

Fonctionnement, ciblage et règles du jeu.

FONCTIONNEMENT

Comment fonctionnent les ads ChatGPT ?

Les publicités ChatGPT apparaissent en dessous de la réponse du chatbot, clairement labellisées **Sponsored**. Elles sont complètement séparées du contenu organique et n'influencent pas les réponses générées. C'est la garantie d' *answer independence* qu'OpenAI a mise en avant dès le départ.

Les règles fondamentales

Ads uniquement visibles sur les tiers Free et Go (8\$ par mois). Les abonnés Plus, Pro, Business, Enterprise et Education ne voient pas de pubs.

Placement *always-below-the-fold* : en bas de la réponse, jamais dans le corps du texte.

Chaque ad est clairement labellisée **Sponsored** et visuellement séparée.

Les ads ne sont pas montrées aux moins de 18 ans.

Sujets exclus de l'inventaire : santé, politique, santé mentale, sujets sensibles.

Les annonceurs reçoivent uniquement des données agrégées (vues, clics), pas de données individuelles.

Les utilisateurs peuvent désactiver la personnalisation et consulter leur historique d'interactions avec les ads.

SECTION 02 · SUITE

Le ciblage contextuel

Le système de ciblage de ChatGPT est unique : il repose sur le contexte de la conversation, pas sur des cookies ou des données démographiques classiques.

SIGNAL	COMMENT ÇA MARCHE	EXEMPLE
Sujet de la conversation	L'ad est liée au thème de la discussion en cours.	Question recette : ad pour HelloFresh.
Historique des conversations	Centres d'intérêt déduits des échanges précédents.	Utilisateur qui cherche des outils B2B : ad SaaS.
Interactions passées avec les ads	Comportement face aux pubs précédentes.	Clics sur des pubs tech : profil tech renforcé.
Type de requête	Intent détecté (informatif, achat, comparaison).	"Quel logiciel CRM choisir ?" : fort intent achat.

La différence clé avec Google et Meta

Sur Google et Meta, le ciblage repose sur des signaux d'audience (data, cookies, comportements). Sur ChatGPT, il repose sur **l'intention déclarée en temps réel dans la conversation**. C'est beaucoup plus proche de la recherche Google que de la pub sociale, mais avec un contexte enrichi.

Modèle de pricing

OpenAI a choisi un modèle CPM (coût pour 1 000 impressions), pas un modèle CPC comme Google Search. Ce choix positionne ChatGPT Ads dans la catégorie des plateformes *brand awareness* premium, au même niveau que la TV streaming (Netflix, Prime Video).

PÉRIODE	MODÈLE	MINIMUM	ACCÈS
Fév. à Avr. 2026	CPM 60\$	200 000\$	Pilotes directs marques
Avr. à Mai 2026	CPM + CPC	50 000\$	Agences et partenaires
Mai 2026+	CPM + CPC, CPA à venir	0\$ (self-serve)	Tous annonceurs US

Les formats publicitaires disponibles

Ce que vous pouvez acheter aujourd'hui.

DISPONIBLE

1

Sponsored Placement

L'ad apparaît en bas de la réponse ChatGPT, labellisée **Sponsored**. Format fondateur, disponible depuis février 2026. Il contient un titre, une description courte et un lien cliquable.

- Placement unique toujours en bas de la réponse.
- Format texte + lien.
- Labellisé "Sponsored" de façon visible.
- Ciblage par sujet de conversation.

DISPONIBLE

2

Shopping Ads & Product Cards

Des cartes produit avec image, prix et lien direct vers la fiche produit. Apparu d'abord avec les shopping links de janvier 2026, renforcé avec les Product Feed Campaigns de mai 2026.

- Image produit, nom, prix, vendeur.
- Connecté à un catalogue produit.
- Ads générées automatiquement depuis le feed.
- Idéal pour e-commerce et retail.

DISPONIBLE · MAI 2026

3

Product Feed Campaigns

Les e-commerçants connectent leur catalogue produit. ChatGPT génère les ads automatiquement à partir des noms, images et attributs. Similaire aux Shopping Campaigns Google.

- Connexion directe du catalogue produit.
- Génération automatique des créas par l'IA.
- Compatible avec Shopify Shop Campaigns.
- Filtres sur les produits éligibles.

EN DÉVELOPPEMENT

4

CPA Bidding (Performance)

OpenAI construit un pixel de conversion et un système de CPA bidding pour permettre aux annonceurs de payer à l'action (achat, lead, inscription). Annoncé en mai 2026, pas encore disponible.

- Pixel de conversion en cours de développement.
- Permettra de tracker les actions post-clic.
- Mesure tierce également prévue.
- Visera les budgets performance, pas seulement branding.

04

SECTION 04

Les annonceurs pionniers

Qui teste, comment, avec quels résultats.

Les premières marques en test

OpenAI a volontairement ciblé *the biggest of the big* pour ses premiers tests. L'objectif était double : contrôler le message (tous les partenaires pilotes devaient faire approuver leur communication par OpenAI) et légitimer la plateforme avec des noms reconnus.

MARQUE	SECTEUR	USAGE
Target	Retail	Campagne produit, ciblage contextuel achat.
Williams Sonoma	Retail & Lifestyle	Tests via agency holding company.
Audible	Audio & Streaming	Campagne d'acquisition abonnement.
Adobe	SaaS & Créa	Promotion Adobe Express et Photoshop.
Bed Bath and Beyond	Retail	Tests via agency holding company.
Shopify merchants	E-commerce	Accès via Shop Campaigns ad network.
The Knot	Lifestyle & Wedding	Premier co-pilote officiel (mars 2026).
Criteo clients	Performance	Accès via Criteo (pitch deck documenté).

IMPLICATION ANNONCEURS



ChatGPT Ads s'inscrit mieux dans une logique **brand + awareness** que dans une logique pure performance, pour l'instant.



PASSEZ À L'ACTION

Vous aussi, lancez votre acquisition payante.

Nos experts analysent votre situation et vous proposent une stratégie sur-mesure sous 48h.

[Lancer mes campagnes avec Bricks](#)

Réponse sous 48h · Sans engagement · 0% de commission sur votre budget pub.

200+

clients accompagnés

0%

de commission sur votre budget pub

1.5sem

pour lancer vos campagnes

bricks-agency.com

Se préparer avant de lancer

La checklist stratégique et opérationnel.

1

Valider si ChatGPT Ads est pertinent pour votre client

ChatGPT Ads n'est pas adapté à tous les annonceurs. Voici comment évaluer la pertinence.

CRITÈRE	BON FIT	MAUVAIS FIT
Audience cible	Early adopters tech, millennials, décideurs B2B, professionnels.	Cible âgée (65+), très peu technophile.
Type de produit	SaaS, e-commerce, services, lifestyle, formation.	Produits réglementés : santé, pharma, finances (exclus).
Objectif	Brand awareness, considération, intention d'achat.	Conversion directe uniquement (attendre le pixel CPA).
Budget	Test possible dès maintenant avec le self-serve, tout budget.	Gros volumes : mesure tierce pas encore disponible.
Marché	USA, Canada, Australie, NZ, UK, Brésil, Japon, Corée, Mexique.	Europe francophone (France, Belgique, Suisse) : pas encore dispo.

2 Créer un compte sur le ChatGPT Ads Manager

Depuis mai 2026, le gestionnaire de publicités ChatGPT est accessible en self-serve à tous les annonceurs US, sans minimum de dépense.

- 1 **Créer un compte OpenAI Business** sur openai.com/business, nécessaire avant d'accéder à l'Ads Manager.
- 2 **Accéder à l'Ads Manager** disponible sur ads.openai.com (US uniquement pour l'instant). Prévoir une liste d'attente à court terme.
- 3 **Préparer son budget test** : recommandé entre 5 000\$ et 15 000\$ pour un test significatif de 4 à 6 semaines.
- 4 **Préparer ses assets créatifs** : titre (30 car.), description (90 car.), URL de destination, image (pour shopping ads).
- 5 **Définir ses sujets de ciblage** : lister les thèmes de conversation où vos prospects cherchent des solutions.
- 6 **Installer le pixel** dès sa disponibilité, pour mesurer les actions post-clic.

3 Définir sa stratégie de test

Framework de test recommandé par Bricks		
<p>SEMAINES 1-2</p> <p>Lancer 2-3 variantes de copy sur 1 sujet contextuel principal. Budget : 1 000\$ à 2 000\$.</p>	<p>SEMAINES 3-4</p> <p>Identifier le meilleur performing et étendre à 3-4 sujets contextuels. Budget : 2 000\$ à 3 000\$.</p>	<p>SEMAINES 5-6</p> <p>Optimiser les landing pages et pousser les budgets sur les ciblages gagnants.</p>
<p>KPI principal : CTR (objectif supérieur à 1,5%), CPC normalisé, taux de conversion post-clic.</p>		

Optimiser ses pages pour ChatGPT Ads

Landing pages, copy et structure pour convertir.

Le trafic venant de ChatGPT Ads est fondamentalement différent du trafic Google ou Meta. L'utilisateur arrive avec un **contexte conversationnel** : il vient de poser une question complexe ou de chercher une recommandation. Il est en mode exploration ou décision, pas en mode clic rapide sur un résultat de recherche.

01

Continuité contextuelle (Context Match)

PRINCIPE

L'utilisateur a eu une conversation sur un sujet précis avant de voir votre pub.

Votre landing page doit répondre à cette intention, pas juste présenter votre produit.

Créer des landing pages thématiques par sujet de ciblage, pas une LP générique.

Reprendre le vocabulaire et les questions de la conversation dans le H1 et la hero copy.

"Vous cherchiez une solution pour X ? Voici comment on l'adresse" plutôt que "Découvrez notre outil".

02

Crédibilité et preuves tangibles

PRINCIPE

Les utilisateurs de ChatGPT sont des profils qui cherchent des informations fiables. Ils viennent de consulter une IA pour réfléchir : **ils sont donc plus exigeants sur la qualité et la crédibilité** :

- Intégrer des témoignages clients avec des résultats chiffrés ("Réduction de 34% du CPL en 3 mois").
- Afficher des logos de clients reconnus dans le secteur d'activité ciblé.
- Construire des mini études de cas avec un avant et un après mesurables.
- Bannir les superlatifs vides : "Leader du marché", "Solution N°1" ne prouvent rien.

03

Copywriting informatif et non promotionnel

PRINCIPE

L'utilisateur de ChatGPT n'est pas dans un état d'esprit publicitaire : il **cherche de l'information**. Un ton trop commercial crée une dissonance. **Adoptez un registre qui éduque et informe avant de vendre** :

- Structurer la page en trois temps : problème identifié, insight utile, solution.
- Mettre en avant les résultats et les données en priorité, avant la liste des fonctionnalités.
- Adopter des CTA doux : "Voir comment ça marche" plutôt que "Achetez maintenant".
- Proposer un contenu éducatif (guide, benchmark) comme CTA alternatif pour les prospects pas encore prêts.

04 PRINCIPLE Vitesse et expérience mobile

ChatGPT est massivement utilisé sur mobile (app iOS et Android). Une landing page lente ou mal optimisée mobile peut annuler tous vos efforts de ciblage. Objectif : Core Web Vitals au vert, LCP inférieur à 2,5 secondes.

LCP inférieur à 2,5 secondes (mesurer avec PageSpeed Insights).

Hero section complète visible sans scroll sur mobile.

Formulaires simplifiés (3 champs maximum pour un lead B2B).

CTA sticky sur mobile pour un accès constant.

05 PRINCIPLE Cohérence avec l'ad copy

Message Match : le **titre de votre landing page doit reprendre les mots-clés de votre annonce**. C'est un principe fondamental du paid media, encore plus critique sur ChatGPT où l'utilisateur a un contexte conversationnel précis.

H1 de la LP proche du titre de l'annonce (même champ sémantique).

Ne pas surpromettre dans l'ad et sous-délivrer sur la LP.

Hero image ou visuel cohérent avec le sujet de l'annonce.

Éviter les popups agressifs dès l'arrivée sur la page.

Structure de landing page idéale pour ChatGPT Ads

SECTION	CE QU'ELLE DOIT CONTENIR
Hero section	H1 qui reprend le contexte de la conversation, sous-titre avec bénéfice principal chiffré, CTA primaire clair + CTA secondaire doux, social proof immédiat (1-2 logos clients ou chiffre clé).
Problème & insight	Valider que vous comprenez le problème de l'utilisateur, données ou statistiques sur le problème (crédibilité), transition vers votre approche de solution.
Solution (votre produit)	Explication claire de comment vous résolvez le problème, 3-4 bénéfices clés avec icônes (pas une liste de features), screenshot ou démo courte si pertinent.
Preuve sociale	2-3 témoignages avec résultats chiffrés, étude de cas courte avant/après avec métriques, logos clients reconnus.
CTA final & réassurance	CTA principal répété avec copywriting différent de la hero, éléments de réassurance (garantie, sans engagement, RGPD), FAQ courte sur les 2-3 objections principales.

07

SECTION 07

Stratégie budgétaire et KPIs

Comment mesurer et optimiser ses campagnes.

Les données de performance disponibles sont encore limitées car la plateforme est très récente. Ces estimations sont issues des retours d'annonceurs pilotes et des analyses du marché.

\$60

CPM de départ (hors négociation)

>1,5%

CTR cible (benchmark display premium)

\$4-8

CPC estimé (CTR 1,5-2% sur CPM 60\$)

RECOMMANDATIONS BUDGÉTAIRES PAR PHASE

PHASE TEST

3 000\$ à 10 000\$

Durée : 4 semaines

Valider l'hypothèse, tester 2-3 sujets de ciblage, identifier les CTR et les audiences qui performant.

PHASE APPRENTISSAGE

10 à 30 000\$

Durée : 6 à 8 semaines

Scaler les ciblage gagnants, A/B tester les landing pages, installer le pixel dès dispo pour mesurer les conversions.

PHASE SCALE

30 000\$+ / mois

Durée : ongoing

Expansion des sujets, introduction des formats shopping si e-commerce, intégration dans le media mix global.

SECTION 07 · SUITE

KPIs à suivre par objectif

Quatre objectifs business, quatre KPIs principaux. Adapter la lecture des résultats à l'intention de campagne, pas l'inverse.

OBJECTIF	KPI PRINCIPAL	BENCHMARK CIBLE	OUTIL DE MESURE
Brand awareness	Impressions, Reach	CPM inférieur à 70\$	ChatGPT Ads Manager
Considération	CTR, Engagement	CTR supérieur à 1,5%	ChatGPT Ads Manager
Acquisition	CPC, CPA (bientôt)	CPC inférieur à 8\$, CPA selon secteur	Pixel ChatGPT (bientôt)
E-commerce	ROAS (bientôt)	ROAS supérieur à 3x	Product Feed + Pixel

Limite actuelle de la mesure (mai 2026)

Aujourd'hui, la mesure est encore limitée : vues et clics seulement. Le pixel de conversion et la mesure tierce sont en développement, pas encore disponibles. Pour compenser, utiliser les paramètres UTM sur vos URLs de destination et tracker les conversions côté Google Analytics et votre CRM.

Nommage UTM recommandé : `utm_source=chatgpt · utm_medium=cpc · utm_campaign=[nom] · utm_content= [sujet]`

À FAIRE

Standardiser les UTM dès la première campagne, par convention naming équipe.

À ÉVITER

Mélanger `utm_source` ChatGPT et OpenAI, ou utiliser `utm_medium=organic` pour un canal payant.

Perspectives et roadmap OpenAI

Ce qui arrive prochainement.

COURT TERME

Q2-Q3 2026

Pixel de conversion opérationnel : permettra de mesurer les actions post-clic.

CPA bidding : payer à l'action, pas juste à l'impression.

Mesure tierce (third-party measurement) : partenaires à confirmer.

Expansion internationale : Europe (France ?) en attente.

Ouverture aux agences, pas seulement en direct avec les marques.

MOYEN TERME

H2 2026 à 2027

Formats rich media (vidéo, interactif) : non confirmé mais probable.

API d'achat programmatique via DSP ou directement.

Ciblage par audience, pas uniquement contextuel.

Optimisation automatisée des campagnes par l'IA.

Accès aux marchés européens (RGPD à gérer).

LONG TERME

L'enjeu stratégique

ChatGPT comme plateforme de découverte et de recommandation : un nouveau "top of funnel".

Les agents AI (Operator, etc.) qui agissent pour les utilisateurs : nouvelles opportunités publicitaires.

Compétition directe avec Google sur le search commercial si les budgets performance sont ciblés.

Question ouverte : comment les marques seront-elles citées dans les réponses ChatGPT ?

NOTRE LECTURE

Le point de vue Bricks

ChatGPT Ads est aujourd'hui un canal **test**, pas de déploiement massif. Le bon timing pour nos clients : rentrer maintenant sur des budgets test (3 000 à 10 000 euros) pour apprendre la plateforme, construire des assets et des landing pages optimisées, et être en avance de phase quand le pixel et la mesure performance arriveront. Ce n'est pas un canal qui remplace Google ou Meta. C'est un canal complémentaire qui capture une intention différente : la réflexion, l'exploration, la recommandation. Les marques qui auront testé et appris dès 2026 auront un avantage significatif quand la plateforme sera ouverte à pleine capacité.

À retenir

ChatGPT Ads depuis fév. 2026

Lancé aux USA pour les tiers Free et Go. Self-serve ouvert depuis mai 2026 à tous les annonceurs US.

Placement : sous la réponse

Toujours en bas du contenu, jamais dans le corps du texte. Clairement labellisé "Sponsored".

Ciblage contextuel

Basé sur le sujet de la conversation, pas sur les cookies. Un nouveau type d'audience intent.

CPM 60\$: niveau TV premium

Positionné comme brand awareness, pas performance. CPA bidding en développement.

Optimiser ses LPs pour le contexte

Pages thématiques par sujet de ciblage, copy éducative, social proof chiffré.

Rentrer maintenant pour apprendre

Budget test recommandé : 5 000 à 10 000 euros pour valider l'hypothèse avant le déploiement à grande échelle.



BRICKS AGENCY · 2026

Votre prochaine acquisition client commence maintenant.

Google Ads. Meta Ads. LinkedIn Ads. Et bientôt ChatGPT Ads.

[Lancer mes campagnes avec Bricks](#)

bricks-agency.com