

---

**ALEXECOM**

---

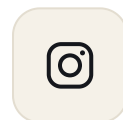
AGENCE DIGITALE

# Publicité Facebook & Instagram

Des campagnes Meta Ads pensées pour les entreprises qui ont déjà un site, un moteur à devis ou une application SaaS, et qui cherchent à transformer leur audience en clients, mois après mois.



Facebook Ads



Instagram Ads

# À qui s'adresse cette offre.

La publicité Meta n'est pas faite pour tout le monde. Elle prend tout son sens quand vous avez déjà un actif digital : un site, un système de devis, une application. Et que chaque nouveau visiteur peut se transformer en client mesurable.



## Sites pensés comme un moteur à devis

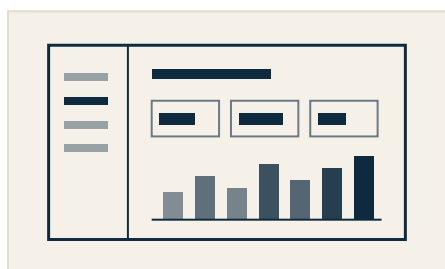
Construction, rénovation, immobilier, pisciniste, châssis, panneaux solaires, parcs & jardins. Votre site n'est pas une carte de visite : c'est une machine à demandes qualifiées qu'on alimente en continu.

CONSTRUCTION

RÉNOVATION

IMMOBILIER

MÉTIERS TECHNIQUES



## Applications web & SaaS

Plateformes métier, outils B2B, applications avec inscription ou essai gratuit. On adresse des audiences précises pour générer des inscriptions, des démos et des activations qualifiées.

SAAS B2B

PLATEFORME MÉTIER

ESSAI GRATUIT

DÉMO / LEAD

*Si la pub n'est pas le bon levier pour vous, je vous le dirai franchement plutôt que de vendre à tout prix.*

# Une approche créative qui dure.

Une pub qui marche en semaine 1 ne marche plus en semaine 8 : l'audience l'a vue dix fois, elle décroche. La vraie compétence n'est pas de lancer une campagne. C'est de la garder vivante. Angles, messages, créas : tout se travaille en continu.

## 01 · ANGLES

### Tester plusieurs angles marketing

Une seule promesse ne suffit jamais. On lance plusieurs angles en parallèle pour voir lequel accroche vraiment, et on bascule le budget là où ça marche.

- Angle bénéfice : ce que le client gagne concrètement
- Angle objection : la peur ou le frein qu'on lève
- Angle preuve : témoignage, cas client, résultat

## 02 · MESSAGES

### Adapter le discours au profil

On ne parle pas à un prospect qui découvre la marque comme à un client qui revient. Le message s'ajuste à chaque étape du parcours.

- Promesse claire, langage du client, preuves concrètes
- Angle différent par audience et par offre
- Variantes : bénéfice, social proof, objection levée

## 03 · ITÉRATION

### Ne pas laisser mourir les campagnes

Une campagne n'est jamais finie. On itère en continu sur les angles qui fonctionnent, on remplace ceux qui s'essouffent, pour rester pertinent et garder l'algorithme nourri.

- Nouvelles déclinaisons tous les 15 à 30 jours
- On retire ce qui ne convertit plus, on amplifie ce qui tient
- De nouveaux angles testés à chaque cycle

CADENCE CRÉATIVE

Un cycle **continu**, pas un one-shot.

ÉTAPE 01

Brief créatif & angles testés

ÉTAPE 02

Production des visuels & copies

ÉTAPE 03

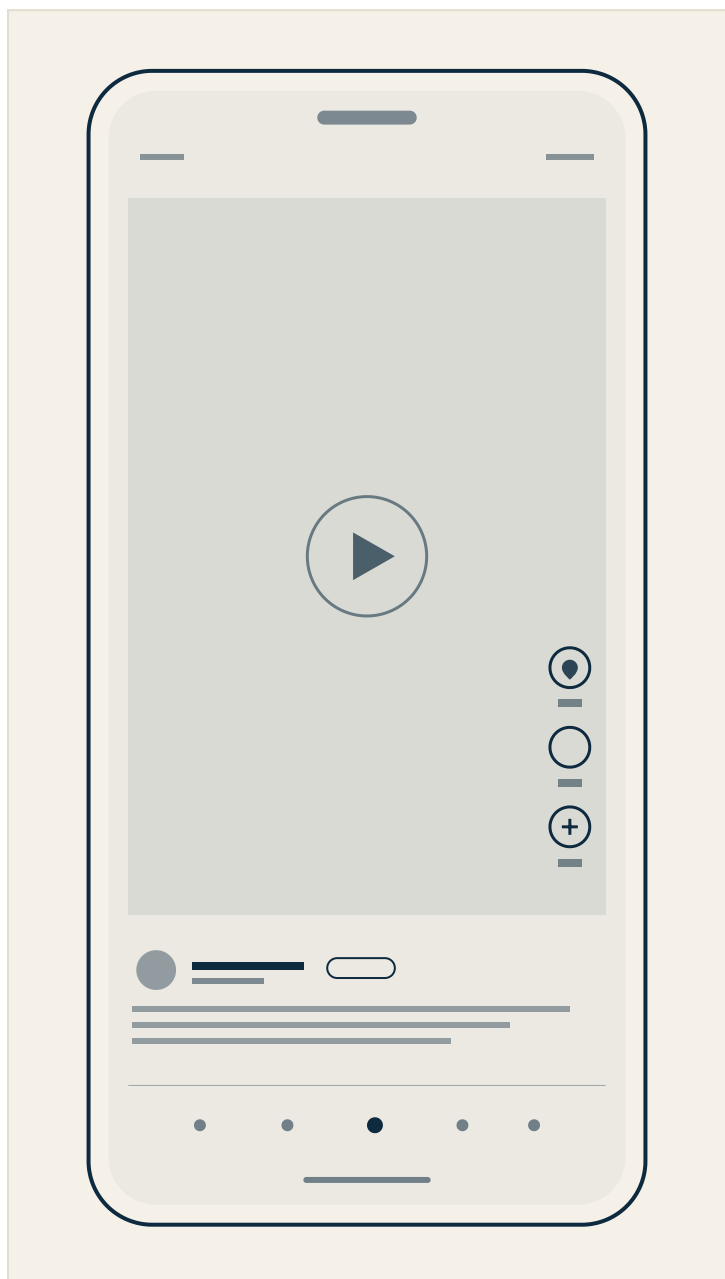
Mise en ligne & suivi des audiences

ÉTAPE 04

Renouvellement à fréquence régulière

# UGC, le format phare.

L'UGC, pour User Generated Content, est devenu la créa qui performe le mieux sur Meta. Une vidéo verticale tournée comme un contenu organique, qui parle dans le langage de la plateforme et casse le réflexe «skip the ad».



## 01 · NATIF

### Le langage de la plateforme

Format vertical, montage rapide, texte à l'écran, fond sonore tendance. La vidéo ressemble à un contenu organique, pas à un spot publicitaire.

## 02 · AUTHENTIQUE

### Un visage, une voix

Un créateur, un client ou un employé qui parle face caméra. Pas d'image léchée, pas de claim corporate, juste un cas d'usage crédible.

## 03 · PERFORMANT

### Moins de skip, plus de visionnage

Les premières secondes accrochent comme un Reel classique. L'utilisateur regarde, le signal envoyé à l'algorithme est meilleur, le coût par résultat baisse.

Pas de créateur sous la main ? On vous aide à monter une cellule UGC : brief, casting, scripts et cadrages tournables au smartphone.

# Échangeons sur vos campagnes.

Décrivez votre business, votre site et le résultat que vous visez. Je vous dis franchement si la pub Meta est le bon levier, et comment on s'y prend.

ADRESSE

Rue du Hableau 55/11

5580 Rochefort, Belgique

BE 1021.930.830

Prêt à parler de vos  
objectifs ?

ON EN DISCUTE →