

Campagne publicitaire lancement Ô Miel – Meta Ads

Objectif de la campagne :

Dans le cadre du lancement de la marque Ô Miel, cette première campagne publicitaire a pour but de :

- Objectif principal : Générer du trafic vers le site internet ainsi que vers les réseaux sociaux (Instagram et Facebook), afin de faire connaître la marque et développer sa notoriété dans le secteur du miel artisanal.
- Objectif secondaire : Amorcer les premières conversions (commandes) en transformant une partie de ce nouveau trafic.

Ciblage :

Le ciblage s'appuie sur la persona définie lors de l'analyse du projet Ô Miel :

- Sexe : Homme ou femme
- Âge : 28 à 50 ans
- Localisation : Sud de la France (et grandes villes)
- Centres d'intérêt :
 - Produits artisanaux
 - Consommation responsable / Made in France
 - Santé naturelle, bien-être
 - Découverte de marques locales via les réseaux sociaux
 - Achat en ligne régulier de produits originaux

Ce profil est particulièrement actif sur Facebook et Instagram, curieux de nouveautés, attaché à la qualité et à l'authenticité et utilise ces réseaux pour découvrir de nouvelles marques.

Estimation budget et durée :

La campagne est divisée en deux phases :

Phase de teasing

- Durée : 5 jours
- Budget estimé : 100–150 €

Phase de lancement

- Durée : 10 jours
- Budget estimé : 300–500 €

Total estimé sur deux semaines : 400 à 650 €, ajustable selon les performances observées en cours de campagne.

400 – 650 € pour deux semaines selon le suivi des performances.

Visuels :

Deux types de formats sont envisagés pour maximiser l'impact selon le placement (fil, stories, reels) :

Visuel statique (Image)

Format : Publication pour le fil Instagram et Facebook.

Composition :

- Plan serré sur le pot de miel Ô Miel
- Décor naturel provençal : table en bois, lavande en arrière-plan, lumière chaude naturelle
- Bienfait du miel affiché, le fait que ce soit un miel de lavande et/ou de Provence aussi

Mockup test :



Visuel animé (vidéo courte)

Format : Reels / Stories.

Composition :

- Son de cigales
- Travel-zoom lent vers le pot de miel
- Mêmes éléments de décor que l'image
- Mise en avant de bienfaits du miel en overlay ou dans la description
- Style visuel : Authentique, chaleureux, nature...

Contenu textuel :

Titre : « Un goût de Provence dans chaque cuillère. »

Description : « Ô Miel présente son tout nouveau miel de lavande récolté en Provence dans les ruches de notre région. Naturellement riche en oxydants dégustez le fruit de notre passion sur notre site internet. »

CTA : «  Découvrir Ô Miel »

Retargeting :

Deux stratégies de retargeting sont envisagées pour optimiser la performance de cette campagne :

1. Visiteurs non convertis

Utilisation du Pixel Meta pour cibler les visiteurs du site n'ayant pas finalisé d'achat.

Relance après quelques jours avec une publicité dédiée, une offre si possible ?

2. Clients existants

Relance sur un ton personnel et simple « Votre pot est sûrement presque vide 🐝 Et si vous faisiez le plein ? »