

# HAPPY NEW LEADS EN QUELQUES MOTS

- 2 geeks avec 15 ans d'expérience en gestion de campagnes publicitaires
  - Spécialisé en Génération de prospects
  - Google / LinkedIn / Meta
  - Tracking & Synchronisation CRM
  - Landing pages & A/B test
  - Aucune sous traitance
- 
- 1 seul interlocuteur
  - Communication par WhatsApp / Slack / Mail / Visio
  - 1 visio toutes les deux semaines
- 
- **Accompagnement sans engagement**
  - **1er mois satisfait ou remboursé**

# NOS ÉTUDES DE CAS

## Google Ads

- **Landing pages et Tests A/B** : Multiplier par 12 le nombre de prospects avec le même budget publicitaire.
- **Synchronisation CRM** : Passer d'un ROI de 17 à 38 avec une augmentation de 366% de prospects supplémentaires grâce au CRM.
- **Youtube** : Utiliser la vidéo comme nouveau canal de croissance avec des prospects qualifiés quatre fois moins cher que sur le Search.

## Linkedin Ads

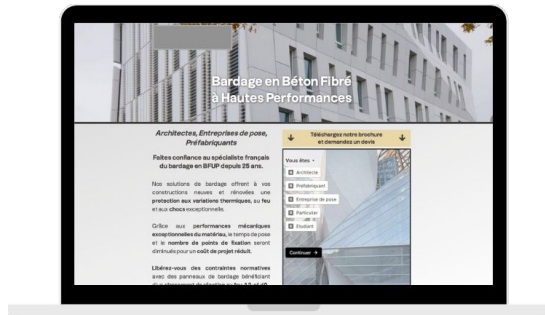
- **Scrapping, enrichissement et ciblage d'entreprises prédéfinies** : Diviser par deux le coût par prospect en ne diffusant qu'auprès de vos coeurs de cibles.
- **Lead Magnet** : Alimenter le pipe commercial avec des prospects qualifiés à moins de 25€.
- **Thought Leader Ads (TLA)** : Comment nous générons plus de trois RDV qualifiés tous les jours avec des personnes comme vous ;-)

# GOOGLE ADS USE CASE : LANDING PAGE



**Taux de conversion**  
0,5 %

**Coût/Prospect**  
600 €



**Taux de conversion**  
2,57 %  
**+410%**

**Coût/Prospect**  
117 €  
**-80,5%**



**Taux de conversion**  
5,80 %  
**+125%**

**Coût/Prospect**  
52 €  
**-56%**

<input type="checkbox"/> Page de destination	Coût	Taux de conv.
<input type="checkbox"/> <a href="https://...-fr-v3(ignore)?utm_campaign={campaignid}&amp;utm_content={adgroupid}&amp;utm_term={keyword}">https://...-fr-v3(ignore)?utm_campaign={campaignid}&amp;utm_content={adgroupid}&amp;utm_term={keyword}</a> Afficher les URL étendues de pages de destination	3990,60 €	5,80 %
<input type="checkbox"/> <a href="https://.../fr-v2a(ignore)?utm_campaign={campaignid}&amp;utm_content={adgroupid}&amp;utm_term={keyword}">https://.../fr-v2a(ignore)?utm_campaign={campaignid}&amp;utm_content={adgroupid}&amp;utm_term={keyword}</a> Afficher les URL étendues de pages de destination	4786,91 €	2,57 %

**Client** : Entreprise du bâtiment (B2B)

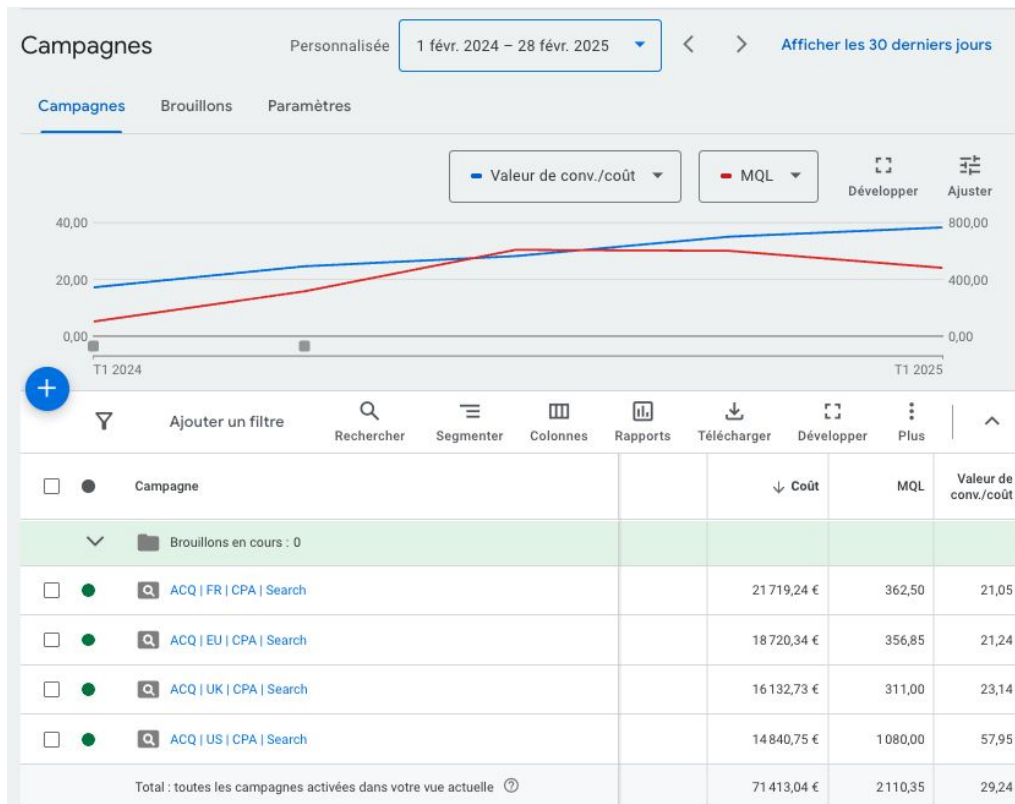
**Cibles** : Architectes / Entreprises de pose

**Expérience** : Nouvelles Landing Pages + Tests A/B

**Résultat** : CPL passe d'environ 600 € à 52 €

Pour 0 € d'investi en plus en publicité (budget env. 10 000 €),  
**nombre de prospects passé de 16 prospects par mois à 192 prospects par mois.**

# GOOGLE ADS USE CASE : SYNCNHRO CRM



**Client :** SaaS international

**Cibles :** Entreprises ayant besoin de CPU/GPU pour de lourds traitements informatiques.

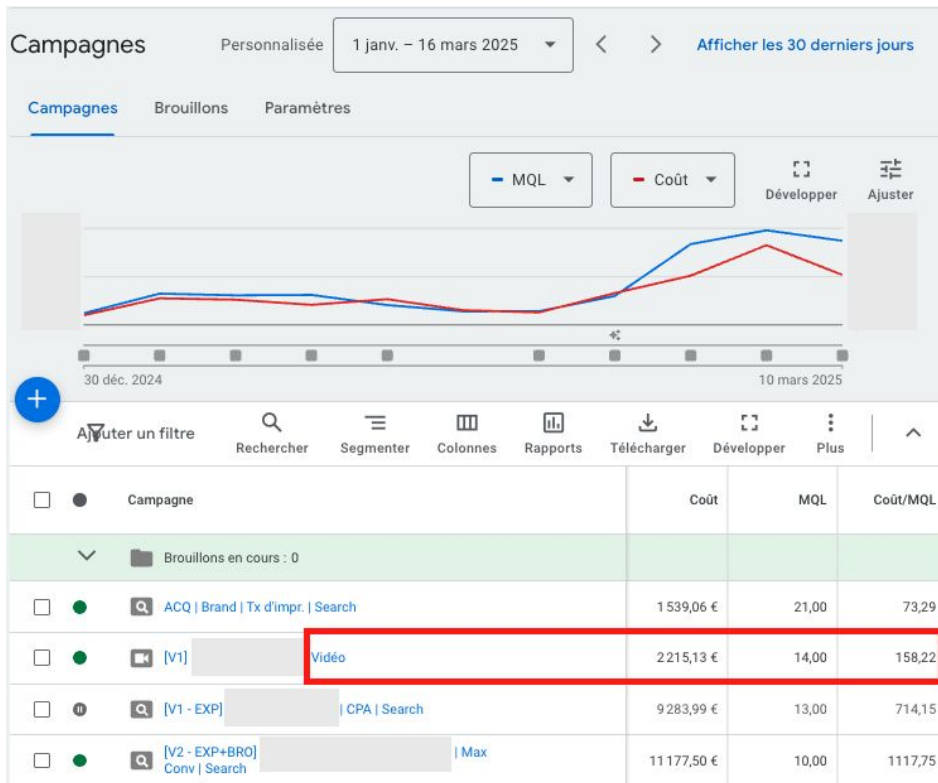
**Expérience :** Installation et configuration du CRM HubSpot. Travail sur les campagnes pour privilégier la qualité et le volume des prospects.

**Investissement :** + / - 72 000 €

**Résultat :**

- **Forte hausse du nombre de prospects qualifiés (MQL) :** passage de 103 MQL par trimestre à 481 MQL un an plus tard (+366%).
- **Forte augmentation du ROI par client signé** grâce aux publicités : de 17,08 à 38,33 en un an (+124%).
- **Pourquoi ?** Le smart bidding investit le budget sur des cibles plus rentables et notre travail sur les campagnes a assuré un volume de MQL en hausse.

# GOOGLE ADS USE CASE : YOUTUBE



**Client :** Placements financiers pour entreprises

**Cibles :** Dirigeants d'entreprise, DAF

**Expérience :** Ajout de vidéos YouTube Ads pour accompagner la croissance difficile uniquement sur le Search. Ciblage d'audiences n'ayant pas converti en Remarketing avec une offre spéciale temporaire.

**Investissement :** +/- 2500 €

**Résultat :** la vidéo surperforme le Search en volume et en coût par prospect avec des CPL de 158 € contre 714 € sur le Search

# LINKEDIN ADS USE CASE : ABM

**Client** : Logiciel SaaS

**Cibles** : DSI

**Expérience** : Ciblage natif linkedIn vs ciblage ABM (base de données scrappées et enrichies)

**Investissement** : +/- 3500€

**Résultat** : CPA de 208€ à 92€

Groupes de campagnes 1 sélectionné(s) Campagnes pour 1 groupe 4 au total Publicités pour 1 groupe 30 au total										
Créer Définir le statut Actions groupées										
Rechercher par nom, identifiant ou type										
Filtres(2) Colonnes : KPI Répartition Période: 01/02/2025 - 28/02/2025 Comparer:										
Nom de la campagne	Désactivé/activé	Budget quotidien	Dépensé	Enchère	Conversions	Coût par conversion	Fréquence moyenne	CPM moyen	CTR moyen	
<input type="checkbox"/> 4 campagnes	-	110,00 €	3 665,29 €	-	27	135,75 €	5,87	64,63 €	0,93 %	
<input type="checkbox"/> ACQ - IMG - LEADGEN - DSI ID : 341904734 · Sponsored Content	<input checked="" type="checkbox"/>	15,00 €	2 086,41 €	Enchère manuelle: 12,00 €	10	208,64 €	4,69	161,16 €	1,34 %	
<input type="checkbox"/> ACQ - IMG - LEADGEN - ABM ID : 349792113 · Sponsored Content	<input checked="" type="checkbox"/>	25,00 €	1 578,88 €	Enchère manuelle: 3,20 €	17	92,88 €	6,15	36,07 €	0,82 %	

# LINKEDIN ADS USE CASE : LEAD MAGNET

**Client** : Logiciel SaaS

**Cibles** : DRH

**Expérience** : Proposer des ressources à valeur ajoutée

**Investissement** : +/- 13 000 €

**Résultat** : 473 leads pour un CPL de 28€

Nom de la campagne ↕	Dépensé ↕	Enchère ↕	Leads ↕	Coût par lead ↕
17 campagnes filtrées sur 18	13 232,09 €	-	473	27,97 €
<a href="#">Doc Ads - 10x Plus Vite</a> ID : 311121073 · Sponsored Content	840,00 €	Enchère manuelle: 2,50 €	43	19,53 €
<a href="#">Doc Ads - Transformer vos Contenus</a> ID : 305650363 · Sponsored Content	445,51 €	Enchère manuelle: 4,00 €	18	24,75 €
<a href="#">Doc Ads - Benchmark</a> ID : 269912066 · Sponsored Content	2 752,39 €	Enchère manuelle: 7,00 €	111	24,80 €
<a href="#">Doc Ads - Tendances LMS 2024</a> ID : 316391603 · Sponsored Content	4 565,62 €	Enchère manuelle: 7,00 €	162	28,18 €
<a href="#">Doc Ads - Onboarding</a> ID : 311077313 · Sponsored Content	1 905,89 €	Enchère manuelle: 2,80 €	66	28,88 €

# LINKEDIN ADS USE CASE : TLA

**Client** : Nous même

**Cibles** : Directeur marketing + PDG

**Expérience** : Proposer des posts à valeur ajouté

**Investissement** : 12 000 €

**Résultat** : 762K impressions / 600+ visites sur le profil d'Arthur (Si le profil = 10% de conversion = 60 RDV = 200€ de CPL)

Filtres(2) ▼ Colonne : KPI ▼ Répartition ▼ Période: 28/10/2022 - 16/03/2025 ▼ Comparer: ▼									
Nom du groupe de campagnes	Dépensé	Enchère	Fréquence moyenne	CPM moyen	Clis vers le profil du membre	Impressions	Réactions	Commentaires	
1 groupe de campagnes filtré	11754,43 €	-	..	15,41 €	636	762557	424	71	
TLA ID : 711844824 • Engagement	11754,43 €	-	..	15,41 €	636	762557	424	71	