Alors dans cette vidéo numéro 4, on va voir ensemble ce que ça veut dire le nouveau Facebook. Ce que je veux dire par nouveau Facebook, c'est la façon dont fonctionne la plateforme Facebook Ads par rapport à comment elle fonctionnait avant. C'est très important de comprendre ça parce qu'il y a pas mal de gens qui donnent encore des conseils comme si Facebook n'avait pas changé. Donc on va voir ensemble ce qui a changé sur Facebook. Donc déjà pour comprendre ce que c'est le nouveau Facebook, il faut savoir ce que c'était l'ancien Facebook. Alors l'ancien Facebook, c'est le Facebook de 2018-2019 où c'était l'eldorado des techniciens. Ça veut dire que les meilleurs marketeurs Facebook, c'était ceux qui connaissaient les meilleures techniques. Ceux qui savaient faire des lookalikes incroyables, ceux qui connaissaient des techniques d'enchères secrètes. Et c'est comme ça que les personnes ont émergé. C'est parce qu'en fait, il y avait les dropshippers et les dropshippers quand ils voulaient économiser et optimiser leurs dépenses publicitaires, ils devaient apprendre les meilleures techniques possibles. Et si vous cherchez des vidéos Facebook Ads sur YouTube par exemple, vous allez voir que la majorité du contenu qui est publié suit encore cette logique-là. On est toujours en train d'essayer d'apprendre des techniques secrètes Facebook Ads comme si en changeant 3-4 boutons, vous alliez pouvoir faire exploser votre performance. En 2018, on pouvait prendre quasiment n'importe quel produit et le faire fonctionner sur Facebook parce que Facebook n'était pas cher du tout et avec des bonnes techniques, on pouvait atteindre les bonnes personnes pour très peu d'argent. Mais l'algorithme Facebook a évolué. Désormais, Facebook est devenu l'eldorado des bons produits. Ça veut dire que maintenant, la technique est toujours importante mais elle est devenue subsidiaire au fait d'avoir un bon produit et une bonne créa. Ça veut dire qu'avant, avoir une bonne technique, c'était plus important que d'avoir un bon produit et une bonne créa mais maintenant, ça a changé. Ça veut dire qu'aujourd'hui, c'est très très compliqué de dépasser un mauvais produit sur Facebook Ads. Et donc, les meilleurs conseils qu'on va vous donner dans cette formation, ça va être sur comment mettre en valeur votre produit et votre créa. Et ensuite, une fois que tout ça est bien réglé, c'est là où on va vous donner des conseils techniques pour optimiser ce qu'on vous a donné. Donc la grande logique Facebook Ads, c'est que maintenant, il faut mettre l'accent sur ce qui permet de montrer que le produit est bon. Donc la première chose, c'est d'avoir un bon produit mais la seconde chose, c'est d'avoir une créa qui montre que votre produit est bon. Donc maintenant, c'est la créa qui est devenue le plafond du scale et puis les techniques Facebook Ads. Et moi, c'est ce que je trouve personnellement passionnant dans Facebook, c'est que certes la technique, c'est quelque chose qui peut être théorisé mais la créa, ça reste pas mal des goûts et des couleurs. Il y a une théorie sur ce qui est une bonne créa et en fait, avec l'expérience, on commence à comprendre comment faire des biens mais on peut parfois avoir des grosses surprises sur ce qui fonctionne. Donc avant, Facebook Ads, c'était vraiment comme des échecs, ça veut dire que c'était résolu, on avançait tel pignon à tel endroit, ça va fonctionner. Maintenant, c'est plutôt en train de devenir comme du poker, ça veut dire qu'il nous manque des informations, c'est pas exactement ce qui fait qu'une créa fonctionne. On peut avoir des stratégies d'optimisation mais on n'a pas l'information concrète de Facebook qui nous fait une checklist de c'est ça qu'il faut faire pour que je diffuse bien ta créa. On ne reconnaît pas ça, qu'on ne peut pas gagner de l'argent avec Facebook, c'est comme le poker. Ce qu'il faut faire, c'est avoir une stratégie optimale sur la créa et ensuite rajouter une technique qui est nickel et souvent, ça fait des résultats qui sont cools. Donc qui a enterriné vraiment ce changement sur Facebook, c'est la publication par Facebook eux-mêmes de leur guideline pour obtenir de la performance. C'est quelque chose dont vous avez sûrement entendu parler, c'est le Power 5. Le Power 5, c'est quelque chose qui a été publié en 2019, si je ne dis pas de bêtises par Facebook et qui a un peu changé le paradigme avec lequel on approchait la pub. Je ne vais pas rentrer dans le détail de chacun des piliers des Facebook Ads, vous l'avez sous les yeux et puis on va vous en parler dans les modules suivants dans la formation. Mais ce qu'il faut comprendre, c'est que globalement, tous ces piliers-là, ils rentrent sous une grosse logique, c'est que la simplification, ça paye. Donc ça, quand c'est sorti, je m'en souviens, les marketeurs ont eu beaucoup de mal à l'accepter. Parce qu'en fait, au moment où c'est sorti, les marketeurs étaient des gros techniciens. Donc on leur disait, gros, ce que vous êtes en train de faire n'a plus vraiment de valeur ajoutée. Sauf que ce n'est pas exactement ça. Ce qui manque dans ce Power 5, c'est en fait une condition. C'est que tout ce qui est marqué ici ne fonctionne que si vous avez un bon produit et une bonne créa. Et ensuite, c'est beaucoup plus facile d'appliquer des techniques simples, parce que votre produit et votre créa sont votre moteur. Donc voilà ce que j'entends par le nouveau Facebook. Maintenant, c'est le produit qui prime sur la technique.