Alors on est parti pour la vidéo numéro 7, où on va parler de la notion de craquer ses propres problèmes. Alors, ce qu'il faut bien comprendre sur Facebook Ads, c'est que chaque problématique est spécifique. C'est-à-dire que chaque situation a une solution qui lui est propre. C'est pour ça que les règles générales, moi j'évite à tout prix d'en donner chaque fois qu'on me demande des conseils, parce qu'il y a autant de chances que ça fonctionne que ça ne fonctionne pas. Donc la vraie intelligence d'un marketeur, c'est d'avoir tous ses outils, savoir lesquels utiliser à quel moment. Et ça c'est quelque chose qui n'est pas très marketable, c'est pour ça que sur YouTube vous trouverez toujours des choses comme la meilleure technique Facebook Ads et ainsi de suite. Parce que ça, ça fait du clic. La vérité, c'est que si vous ne prenez pas en compte la spécificité de chacune des problématiques que vous rencontrez, et bien ça ne fonctionnera jamais d'appliquer des techniques génériques. Un grand sage a dit un jour qu'une clé qui ouvre toutes les portes, c'est un bélier. Tout ça veut dire qu'une clé qui ouvre toutes les portes, ça n'existe pas. Donc il n'existe pas de meilleure technique sur Facebook Ads, on peut vous apprendre des bonnes pratiques qui ont fonctionné dans chacune des situations. C'est pour ça qu'à chaque fois qu'on va vous expliquer des choses dans cette formation, il me sert à vous dire dans quelle situation ça fonctionne et dans quelle situation ça n'a pas fonctionné pour nous. Parce qu'en fait, quand on partage des choses sur Facebook Ads, c'est jamais vraiment plus qu'un retour d'expérience. Et c'est ça qui est intéressant. C'est pour ça que souvent, les meilleurs sur Facebook Ads, c'est ceux qui ont le plus d'expérience, parce qu'ils ont vu plein de situations différentes. Donc tout ce qu'on peut donner sur Facebook Ads, c'est des guidelines. Une guideline, très souvent, ça suit la loi du 80-20. Ça veut dire qu'à 80% du temps, ça va fonctionner, et à 20% du temps, il va falloir trouver une situation qui est différente. Et là où les très bons marketeurs sont bons, c'est que souvent, sur ces 20% qui se passent, ils arrivent à trouver la solution. Et idéalement, à la fin de cette formation, c'est ce que vous arriverez à faire. La façon dont vous pouvez voir tout ce qu'on va vous dire dans cette formation, c'est que c'est un trousseau de clés. Et on va vous expliquer pour chacun des verrous classiques, quelles clés il faut utiliser. Et le but en vous apprenant ça, c'est qu'à la fin, vous soyez capables de vous-même choisir les clés quand vous aurez des verrous qui sont inédits. Il y a un point qui est très important aussi, c'est que pour choisir la clé qu'il faut prendre pour ouvrir le verrou, il faut d'abord comprendre à quel verrou on a affaire. Et souvent, 50% de la problématique, c'est en fait comprendre à quel problème on a affaire. Il faut pas se dire que ça fonctionne pas des campagnes Facebook, il faut être capable de donner une donnée particulière qui pose problème, pour savoir ce qu'on est en train d'optimiser. C'est beaucoup plus méthodique que d'y aller au petit bonheur lâchant, c'est d'essayer des choses sans vraiment avoir de méthode derrière. Donc apprendre Facebook Ad, c'est apprendre à craquer des problèmes, et pas apprendre une théorie absolue qui va marcher dans tous les coups.