Alors bienvenue dans la vidéo numéro 6 de cette formation Facebook Ads. Dans cette vidéo, on va parler de quelque chose qui est très important quand on fait de la pub sur Facebook, c'est d'avoir cette mentalité itérative. Qu'est-ce que ça veut dire une mentalité itérative ? Une mentalité itérative, ça se définit par opposition à une mentalité qu'on appelle fixe. Ce que ça veut dire, c'est que Facebook Ads, bon je vais encore me répéter, je l'ai dit dans les vidéos précédentes, c'est pas une baguette magique. C'est quelque chose sur lequel on a besoin de beaucoup itérer avant de trouver la solution qui fonctionne. Donc le but de cette formation, ça va être de vous donner tous les outils. Ensuite, on va vous apprendre à les manipuler et quand est-ce qu'il faut les utiliser. Et en fait avec ces deux éléments, donc les outils et comment utiliser les outils, ça va créer des itérations. Parce que ça n'existe pas les marketeurs qui sont capables en 2-3 secondes de faire fonctionner un compte publicitaire qui était en train de galérer depuis des mois. Souvent ça nécessite beaucoup d'efforts et en fait la vraie difficulté c'est de trouver quelle chose il faut faire à quel moment pour débloquer la performance. C'est pour ça que la mentalité itérative est super importante en Facebook Ads. Ce qu'il faut à tout prix éviter de faire, c'est de faire partie de ce type de gens qui disent que Facebook Ads ça fonctionne pas. Je vous conseille vraiment de vous éloigner de ce type de mentalité parce que c'est souvent des personnes qui préfèrent ne pas se remettre en question et plutôt remettre en question l'outil et jamais se dire ok bah peut-être que je fais mal la pub. Ce qu'il faut savoir c'est que Facebook Ads c'est facile avant d'être dur. Qu'est-ce que ça veut dire ça ? Ça veut dire qu'au démarrage, quand on lance des campagnes et qu'on a un bon produit, on peut obtenir des résultats rapidement. Et les vraies problématiques sur Facebook Ads se situent sur la partie qu'on appelle scaling. Le scaling c'est quand on cherche à augmenter son budget pour augmenter sa profitabilité totale. Parce que le principal souci du scale c'est que quand on augmente, les coûts d'acquisition souvent augmentent en même temps. Et donc le vrai défi c'est de réussir à augmenter son budget sans dégrader sa rentabilité absolue. Je dis bien rentabilité absolue parce que parfois à mesure qu'on augmente la dépense, ça peut être intéressant de dégrader un petit peu l'ROS dans la mesure où la profitabilité donc la rentabilité totale, l'argent qu'on gagne après les coûts, augmente. Mais bon on en parlera plus tard en détail dans les modules suivants. De manière générale sur Facebook, ce qu'il faut comprendre c'est que la majorité des marketeurs ils abandonnent quand ça devient difficile. Quand ça devient difficile, ils préfèrent remettre en question la plateforme plutôt que se remettre en question eux. Et donc dites-vous que si au démarrage vous faites des campagnes Facebook et ça ne fonctionne pas, c'est absolument normal. Tant mieux. Vous voyez où ça ne fonctionne pas, maintenant vous savez ce qu'il faut améliorer. Et c'est là où on voit les bons marketeurs. Seulement un bon marketeur c'est une personne qui quand il voit un problème ne se dit pas ok c'est une donnée que je ne peux pas changer mais il essaie de trouver une solution structurée pour la résoudre. Ce qui est important quand il y a une situation qui ne marche pas c'est d'être concentré sur le fait de faire des petits progrès au jour le jour. C'est ça qui va vous amener à des gros résultats sur le long terme. Donc vous vous rappelez sûrement de la définition que j'ai donnée dans la première vidéo de ce module qui était comment faire des bons Facebook Ads et des trois facteurs. Alors maintenant vous vous demandez sûrement itérer ça veut dire quoi ? Sur quoi est-ce qu'on itère ? Alors pour ça je vous invite à vous rappeler de la définition que j'ai donnée dans la première vidéo de la performance sur Facebook Ads. C'est-à-dire que vous vous souvenez ça dépendait de trois facteurs, le produit, le contenu et les personnes à qui on montre. Bien les itérations elles doivent en fait rentrer dans ces trois domaines là. C'est-à-dire qu'avant de pouvoir dire que Facebook Ads ne marche pas sur votre business il y a quand même beaucoup beaucoup de choses à essayer. Que ce soit sur la technique Facebook Ads, donc toutes les stratégies que vous pouvez mettre en place qu'on va vous apprendre. Que ce soit sur la créa, donc n'importe quel type de publicité que vous pouvez produire. Que ce soit sur le site internet, donc changer vos landing page, la façon dont ça convertit le copywriting, faire évoluer votre produit, son offre, les promos, vous avez énormément de choses à tester. Chaque fois que vous allez changer une de ces variables ça va avoir un impact sur toutes les autres. Je vais pas rentrer dans le concret parce que c'est pas vraiment l'objectif de ce premier module qui est dans le but d'avoir un état d'esprit bon pour recevoir tout ce qu'on va vous dire ensuite. Mais c'est très important que vous ayez bien en tête cette mentalité itérative qui va être vraiment clé pour tout comprendre et battre les autres marketers. Au même titre que tout ce que je vous ai dit avant, prenez ça comme des états d'esprit. Vous allez voir ça va vraiment faire la différence.