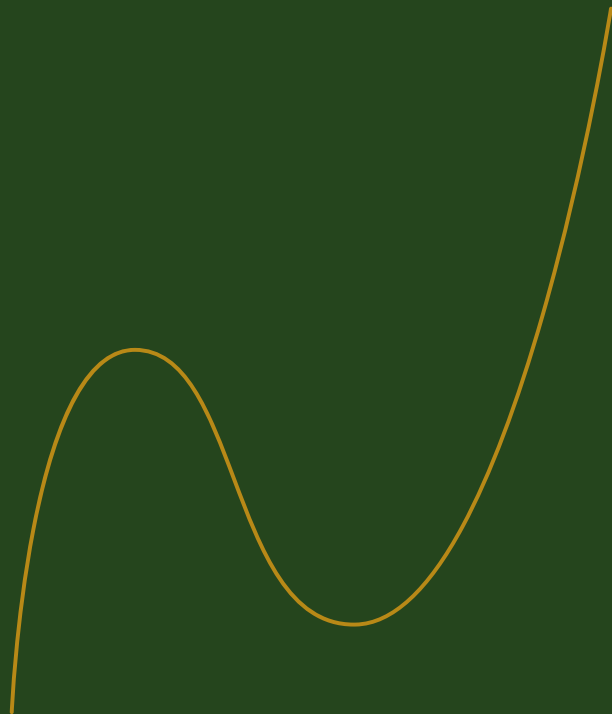


Arya consultation

INTUITION A EXPANSION

Guide stratégique pour entrepreneurs





Sommaire

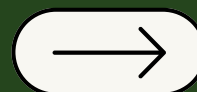
1. Qui suis-je?

2. Les bases d'une bonne stratégie META

3. Les 3 éléments clés pour une bonne pub

4. Comprendre les KPIS

5. Comprendre son cout de revient



1. Qui suis-je ?



Je m'appelle Savannah, fondatrice d'Arya Consulting. Je suis CPA, entrepreneure, créatrice de deux marques, et passionnée par l'idée d'aider les femmes à bâtir des entreprises alignées, rentables et profondément humaines.

J'accompagne les entrepreneures qui veulent :

- clarifier leur vision,
- structurer leur marketing,
- comprendre leurs chiffres sans stress,
- et créer une stratégie publicitaire douce, intelligente et rentable.

Ma philosophie est simple : Quand tu comprends tes chiffres et ton message, tu reprends ton pouvoir.

Bienvenue dans cet univers où on parle de stratégie, mais aussi d'intuition. Où on fait croître ton entreprise, mais sans s'épuiser. Où chaque décision se prend avec clarté, douceur et confiance.

Pourquoi travailler ensemble?

Parce que je combine deux forces rares : **mon expertise CPA + ma spécialisation en publicité & stratégie.**

Je t'aide à comprendre ce que les chiffres racontent... mais surtout à les utiliser pour faire grandir ton entreprise de façon alignée, douce et durable.

Si tu sens que tu veux être accompagnée, soutenue et éclairée dans ta croissance, je suis là pour toi.

2. Les bases d'une bonne stratégie META

Une publicité Facebook (Meta) est un message payé que tu diffuses auprès d'un public précis pour atteindre un objectif clair : attirer, engager, informer ou vendre.

Ce n'est pas la même chose qu'une publication boostée sur les réseaux sociaux.

Contrairement à une publication organique — qui est vue seulement par une petite partie de tes abonnés — une publicité te permet :

- **d'atteindre des milliers de nouvelles personnes qui ne te connaissent pas ;**
- **de choisir exactement à qui tu veux parler (âge, intérêts, comportements...);**
- **d'augmenter ton trafic, tes ventes ou ta visibilité.**

Une pub Meta est donc un accélérateur. Mais comme tout accélérateur, il fonctionne seulement si tu sais où tu veux aller.

La publicité Meta se diffuse sur l'ensemble des plateformes appartenant à Meta.

Lorsque tu crées une publicité dans le Gestionnaire de publicités, tu choisis automatiquement sur quels emplacements elle sera montrée. Voici les principaux :

1. Facebook

- Fil d'actualité (News Feed)
- Stories
- Reels
- Marketplace
- Colonne de droite (sur ordinateur)
- Vidéos in-stream (pubs avant ou pendant les vidéos)

2. Instagram

Fil d'actualité

Stories

Reels

Explorer

Boutiques / Shopping

Les principaux objectifs possibles

1. *Ventes (Conversions)*

C'est l'objectif le plus puissant si tu veux vendre un produit, générer des paiements ou des ajouts au panier.

Meta va montrer ta pub aux personnes les plus susceptibles d'acheter.

2. *Prospects (Lead Generation)*

Idéal pour :

- collecter des courriels,
- créer une liste,
- attirer des clientes potentielles,
- offrir un guide ou une ressource à télécharger.

Meta cible les personnes qui remplissent facilement des formulaires.

3. Trafic

Pour envoyer du monde sur ton site, ta boutique ou une page spécifique.

4. Engagement

Pour obtenir des likes, des commentaires, des enregistrements.

(Utile pour bâtir ta communauté, mais pas pour vendre.)

5. Vues de vidéo

Parfait pour créer de la visibilité, de la notoriété ou nourrir un warm audience.

6. Notoriété

Pour faire connaître ta marque auprès d'un large public

3. Messenger

- Inbox Messenger
- Conversations sponsorisées

4. Audience Network

- Ce sont des sites web ou applications partenaires qui affichent aussi tes publicités.

3. Les incontournables pour une pub qui convertit

Avoir un bon hook

Le hook, c'est la première phrase ou les 2 premières secondes de ta vidéo. C'est ce qui décide si ton audience continue... ou passe à la prochaine publication.

Un bon hook doit :

capter l'attention immédiatement;

nommer un problème réel;

créer une émotion (intrigue, surprise, identification...);

donner envie d'écouter la suite.

Exemples de hooks bien alignés :

1

Si tu es tannée de mettre de l'argent dans des pubs qui ne fonctionnent pas... écoute ça.

Voici la raison pour laquelle tes pubs ne convertissent pas, même si ton contenu est beau

2

Le hook = le portail entre ton audience et ton offre. Sans un bon hook, même la meilleure stratégie ne performera pas.** Si ton message n'est pas précis, aucune publicité ne pourra être performante. Tu dois savoir à qui tu parles; quel problème tu règles; quelle transformation tu offres.

2. Une offre irrésistible

La publicité ne crée pas la demande — elle la révèle. Ton offre doit être simple, claire, attirante. C'est elle qui convertit, pas la pub.

Avoir une offre irrésistible

La publicité ne crée pas la demande — elle la révèle. Ton offre doit être simple, claire, attirante. C'est elle qui convertit, pas la pub.

Par exemple, tu peux offrir:

**Un kit d'essai
gratuit ou à petit
prix.**

**Un kit de départ
moins cher**

**Des items gratuits
avec achat**

Parce que j'ai moi-même traversé toutes les étapes de création d'offres, je sais ce qui fonctionne (et ce qui ne fonctionne pas). Je t'accompagne pour créer des offres qui font dire à tes clientes : « Wow, j'en ai besoin. »

Réserve ton appel découverte

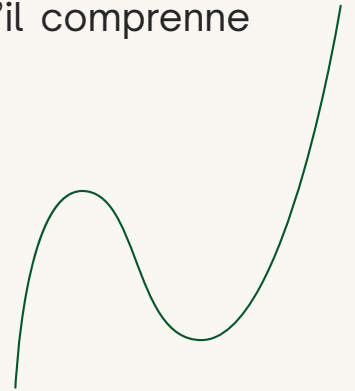
3. Les 4 mythes sur la publicité META

1. Tester 1 seul visuel à la fois

Un seul créatif = aucune donnée. Meta a besoin de choix pour comprendre ce qui performe. Idéalement : 3 à 5 versions pour laisser l'algorithme respirer.

Meta fonctionne grâce à l'apprentissage. Pour qu'il comprenne ce que ton audience aime, il doit comparer :

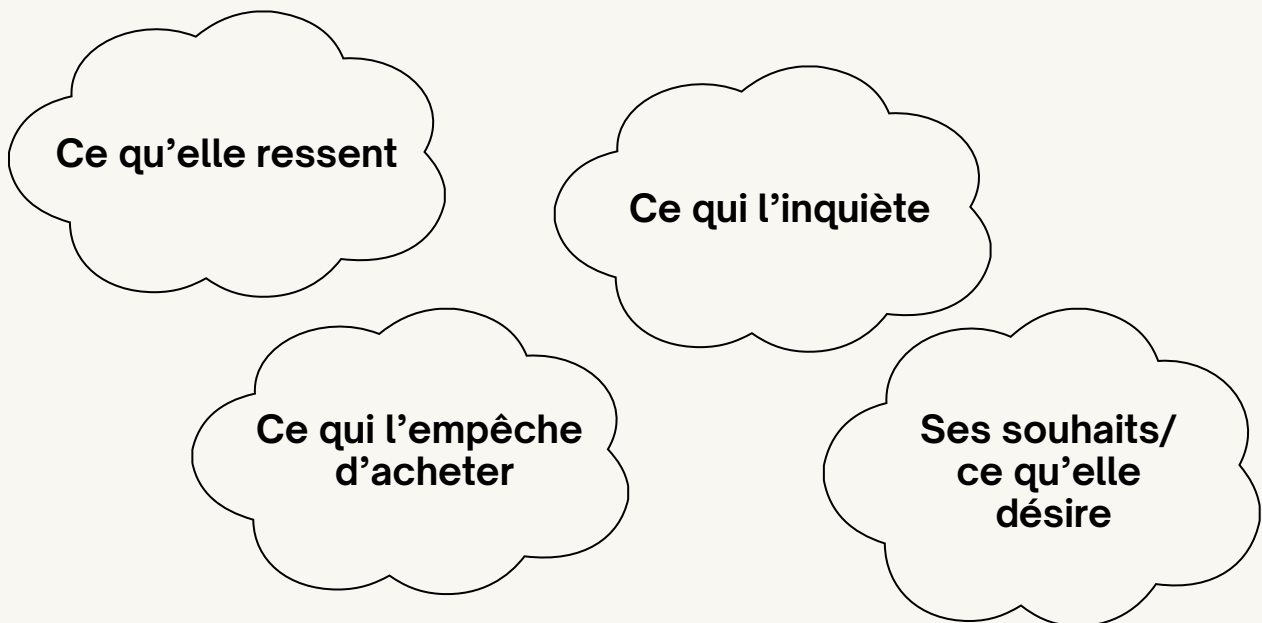
- plusieurs visuels,
- plusieurs textes,
- plusieurs styles,
- plusieurs approches.



2. Mal connaître sa clientèle cible

Si tu ne sais pas exactement à qui tu parles, Meta ne pourra pas t'aider à atteindre les bonnes personnes.

Connaître ta clientèle cible, ce n'est pas seulement savoir son âge ou son genre. C'est comprendre :



Sinon, tu risques:

- d'offrir un produit qu'elle ne voit pas comme une solution;
- d'attirer de "curieuses" au lieu de vraies clientes;
- d'avoir un CTR faible et des CPC élevés.

À l'inverse, quand tu connais profondément ta cliente cible, ta publicité commence à ressembler à une conversation intime. Elle se dit :

"On dirait qu'elle parle exactement de moi..."

Et quand une cliente se reconnaît dans ton message, elle clique, elle explore, elle achète.

Connaître ta cliente, c'est comme tenir une boussole : sans elle, tu es perdue; avec elle, chaque décision marketing devient fluide et alignée.

3. Booster une publication, ce n'est PAS faire de la publicité.

C'est l'une des confusions les plus répandues chez les entrepreneures, et c'est souvent ce qui crée des déceptions et la croyance que "Facebook Ads ne fonctionne pas".

Booster un post, c'est simplement dire à Meta : « Montre ce post à un peu plus de gens. » Mais ce que tu obtiens réellement, ce sont : plus de likes, plus de commentaires, un peu plus de visibilité...
... mais rarement plus de ventes.

Pourquoi? Parce que le bouton "Boost" ne permet pas :

- ✗ de choisir un objectif précis comme "Conversions",
- ✗ d'optimiser pour les achats ou les ajouts au panier,
- ✗ de créer des tests A/B,
- ✗ d'ajuster finement les audiences,
- ✗ d'analyser clairement les résultats.

C'est comme mettre un filtre sur une photo : ça peut l'embellir, mais ça ne change pas la structure derrière.

Une vraie publicité Meta, créée dans le Gestionnaire de publicités, te permet de :

- ✓ dire à Meta exactement ce que tu veux (ex: ventes),
- ✓ optimiser chaque dollar dépensé,
- ✓ tester plusieurs créatifs,
- ✓ comprendre ce qui fonctionne,
- ✓ transformer ton investissement en résultats réels.

4. Ne penser qu'au nombre de mentions J'aime

Les likes donnent une illusion de performance... mais ils ne prouvent absolument rien.
Tu peux avoir une publicité avec 200 likes et 0 vente,
et une autre avec 3 likes et plusieurs achats.

Pourquoi ?

Parce que :

Les likes n'ont aucune valeur financière.

Beaucoup de gens "aiment" un contenu sans jamais cliquer ni acheter.

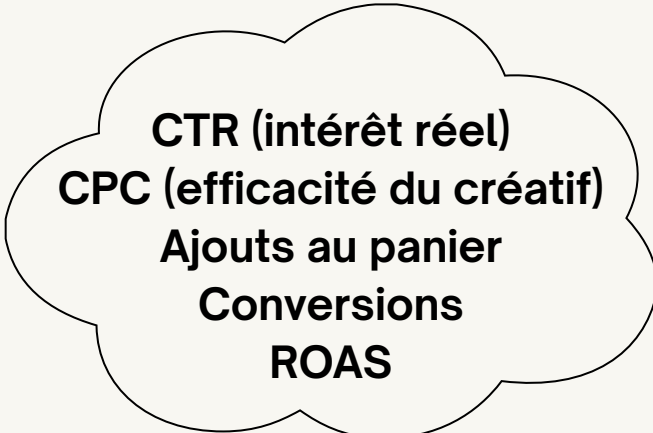
Meta peut facilement trouver des personnes qui likent beaucoup de posts... mais qui n'achètent jamais.

L'algorithme optimise pour ce que tu lui demandes : si ton objectif est "interaction", il te donnera des gens qui interagissent, pas des clientes.

Quand tu te focalises sur les likes, tu fais du marketing pour l'ego.

Quand tu te focalises sur les KPIs réels, tu fais du marketing stratégique.

✨ Les vrais indicateurs importants sont :



CTR (intérêt réel)
CPC (efficacité du créatif)
Ajouts au panier
Conversions
ROAS

4. Comprendre les principaux KPIs sur META

1.CPM – Coût pour 1000 impressions

Définition : Le prix que tu paies pour montrer ta publicité à 1000 personnes.

Exemple :

Tu dépenses 20\$ et Meta montre ta publicité 2 000 fois.

2 000 impressions = 2 blocs de 1 000

$CPM = 20\$ \div 2 = 10\$$

Ton CPM est de 10\$

Un bon CPM se situe généralement entre 10\$ et 20\$.

2. CPC – Coût par clic

Définition : Le prix que tu paies chaque fois que quelqu'un clique sur ta publicité.

Exemple :

Tu dépenses 30\$
et ta publicité reçoit 60 clics.

$CPC = 30\$ \div 60 = 0,50\$$

Un bon CPM se situe généralement entre 0,50\$ et 1,30\$.

3. CTR – Taux de clics

Définition : Le pourcentage de personnes qui voient ta pub et cliquent dessus.

Exemple :

Ta publicité a :
10 000 impressions,
120 clics.

$CTR = (120 \div 10\,000) \times 100 = 1,2\%$

Ton CTR est de 1,2%

Un bon CTR est généralement entre 1% à 3%

4. ROAS – Retour sur investissement publicitaire

Définition : Le montant que tu gagnes pour chaque 1\$ investi.

Exemple :

Montant investi en publicité: 50\$

Ventes: 150\$ de ventes

ROAS = $150 \div 50 = 3.0$

ROAS est de 3

Ça veut dire :

Pour chaque 1\$ investi, tu en récupères 3\$.

Un bon ROAS se situe souvent entre 2 et 4.

****Attention, ceci est ton retour sur ta publicité, il ne faut pas oublier de calculer ton coût de produit et tes autres coûts pour être rentable.**

Il faut aussi regarder combien de temps un client reste et rachète chez toi après sa première commande.

Aucun KPI ne se regarde seul.

C'est l'ensemble du portrait qui te dit si ta publicité performe réellement.

Comment analyser et quoi faire avec chaque KPI?

C'est exactement là que mon accompagnement devient précieux.

Avec mes services, je t'aide à :

- *analyser tes chiffres pour comprendre ce qu'ils veulent vraiment dire;*
- *identifier la source exacte du problème (audience, offre, créatif, site...);*
- *optimiser tes campagnes pour réduire tes coûts et augmenter tes ventes;*
- *créer des créatifs alignés qui donnent envie de cliquer;*
- *structurer une stratégie claire pour que tes KPIs deviennent stables et prévisibles;*
- *ajuster ton budget selon ta marge, ton coût de revient et tes objectifs.*

5. Comprendre son cout de revient

Pourquoi c'est essentiel

Ton coût de revient, c'est la base de toutes tes décisions : prix, marge, publicité, investissements. Le comprendre, c'est reprendre le **pouvoir**.

La plupart des entrepreneures pensent connaître leur coût de revient... jusqu'au jour où elles réalisent qu'elles l'ont sous-estimé. Parfois de 30%, 40%, voire 60%. Et lorsqu'elles lancent des publicités, elles croient que Meta coûte trop cher... alors que le vrai problème est ailleurs.

Ton coût de revient est la base de ta stratégie publicitaire. Sans lui, impossible de savoir :

- combien tu peux payer pour acquérir un client;
 - si ta publicité est réellement rentable;
 - si ton prix est juste;
 - si tu peux faire une promotion sans t'essouffler;
 - combien investir par jour sans mettre ton entreprise en danger.
- C'est le chiffre le plus puissant (et le plus négligé) d'une business.

Comprendre son coût de revient :

- enlève la peur d'investir,
- donne une direction claire,
- rend la publicité stratégique au lieu d'être stressante,
- permet de créer des offres vraiment rentables,
- évite de vendre à perte sans s'en rendre compte.

Avec mes forfaits, j'aide les entrepreneures à :

- recalculer leur coût de revient réel (pas juste « à peu près »),
- clarifier leur prix,
- déterminer combien payer pour une vente,
- bâtir une stratégie publicitaire rentable,
- prendre des décisions alignées.

C'est souvent ce passage — ce moment de clarté — qui fait toute la différence.

Les 4 composantes principales du coût de revient

1. Matières premières / Produits : ce que tes produits ou services coûtent réellement.

3. Frais fixes : loyers, logiciels, outils.

2. Main-d'œuvre : ton temps et celui de ton équipe.

4. Frais variables : livraison, matériaux, emballages.

Connaitre ton coût de revient te permet de savoir si ta publicité est rentable.

Mini calculatrice simple

Prix de revient = (Coût des matériaux + Main-d'œuvre + Frais fixes au prorata + Frais variables)

Marge = Prix de vente – Coût de revient

Marge % = Marge ÷ Prix de vente

Si tu vends un produit à 60\$, mais qu'il te coûte 30\$ à produire et expédier :

Ton profit avant pub = 30\$

Donc tu peux payer jusqu'à $\approx 20\$$ pour une vente

Et il te resterait encore un profit.

Sans ce chiffre, tu ne sais jamais si ton ROAS est "bon" ou si tu perds de l'argent sans t'en rendre compte

Prête à passer à la prochaine étape?

Créer une entreprise alignée et rentable demande de la clarté, de la stratégie... et parfois un peu de soutien. Si tu es arrivée jusqu'ici, c'est que tu veux avancer avec plus de confiance, de structure et de résultats.

Et tu n'as pas à le faire seule.

Grâce à mon expérience d'entrepreneure et de stratégie (CPA), je t'aide à :

- ✓ comprendre tes chiffres sans stress,
 - ✓ bâtir une stratégie qui te ressemble,
 - ✓ créer des offres qui convertissent,
 - ✓ analyser et optimiser tes publicités,
- prendre des décisions éclairées et alignées.

Je ne travaille pas en théorie. J'ai moi-même traversé les défis, les essais, les erreurs et les réussites. Aujourd'hui, je mets ce savoir au service de ton entreprise.

✨ Si tu sens que tu veux aller plus loin, gagner en clarté et transformer ta croissance, je serais honorée de t'accompagner.

Ton succès mérite douceur, structure et intention. Ensemble, tout devient plus simple.

Réserve ton appel découverte