

Étude de cas - Opaark



L'entreprise : La première bougie est coulée à Paris en 2016 de manière 100% artisanale dans un salon. 4 ans après, des centaines de bougies sont expédiées depuis l'atelier de Grasse fabriquées de manière éthique et éco-reponsable. Cependant un blocage, jamais les bougies n'ont été vendues hors période de Noël.

La mission : Développer de nouvelles campagnes Facebook Ads, permettant de vendre la marque : Opaark afin de préparer l'arrivée de nouveaux produits. Mais aussi d'acquérir massivement de nouveaux clients grâce à la portée des publicités lancées. Enfin, d'augmenter la saison de ventes de bougies s'arrêtant habituellement en Janvier.

Nos actions :

- **Création de nouveaux visuels pour les campagnes "marques"**
- **Arrêt des campagnes avec l'objectif différent de "Achat"** dont le ROAS (Return On Ad Spend) était trop faible
- **Structuration du compte en trois campagnes avec un objectif de 'conversion - achat' :**
 - **Audience froide** : atteindre exclusivement des personnes qui découvrent la marque
 - **Audience chaude** : exclusion des acheteurs pour ne pas importuner les clients existants
 - **Réengagement** : réactivation des acheteurs au bout de 30 jours pour ré-acheter un produit
- **Élargissement des audiences** pour laisser plus de *marge de manoeuvre* à l'algorithme Facebook

Étude de cas - Opaark



Nos résultats :

Avant AV Growth
(15/12/2020 - 14/01/2021)

1,25 de ROAS*

893.59€
investis

1119€ de CA
généré

26 achats

Après 30 jours avec AV Growth
(15/01/2021 - 14/02/2021)

2,90 de ROAS* (+ 132%)

3,004.37€ investis (+ 236%)

8,722.20€ de CA généré (+ 679%)

198 achats (+ 662%)

*ROAS : Return On Ad Spend, ou retour sur investissement