RESSOURCE GRATUITE · GUIDE AGENCE

5 questions à poser à votre agence avant de renouveler.

Pour chacune : pourquoi la poser, la réponse qui doit vous rassurer, celle qui doit vous alerter, et comment vérifier vous-même.

Amira Dounassre *fondatrice de Leadvice*

AVANT DE COMMENCER

Un renouvellement se prépare avec des chiffres.

Fin d'année, beaucoup de contrats d'agence se renouvellent presque automatiquement, sur la base d'un rapport mensuel que personne ne relit vraiment. Ces cinq questions prennent une réunion d'une heure.

- Posez-les par écrit, quelques jours avant la réunion : une bonne agence arrive avec les réponses.
- Demandez des chiffres, pas des tendances : « combien », pas « ça progresse ».
- Notez chaque réponse sur la grille de la page 8.
- Une réponse floue n'est pas forcément une mauvaise agence. C'est un sujet à mettre dans le prochain contrat.

> **Le but n'est pas de piéger l'agence.** C'est de savoir ce que vous achetez : des contacts, ou des rendez-vous.

1

QUESTION 1 SUR 5

Combien m'a coûté un rendez-vous tenu ?

Le coût par lead se fait baisser en dix minutes : on élargit le ciblage, on raccourcit le formulaire. Le coût par rendez-vous tenu, lui, mesure ce que vous payez vraiment.

LA RÉPONSE QUI RASSURE

Un montant en dirhams, calculé avec vos rendez-vous réels, et son évolution sur trois mois. L'agence vous demande vos chiffres de rendez-vous pour le calculer.

LA RÉPONSE QUI DOIT ALERTER

« Le coût par lead a baissé de 20 %. » Ou un rapport qui ne parle que de clics, d'impressions et de contacts.

VÉRIFIER VOUS-MÊME

Divisez le budget du mois par vos rendez-vous tenus. Le guide CALCUL et son tableau le font pour vous.

2

QUESTION 2 SUR 5

Combien de créas avez-vous testées ce mois-ci ?

Depuis Andromeda, le moteur de Meta choisit l'audience à partir de la créa. Une agence qui ne teste pas de créas règle encore des audiences.

LA RÉPONSE QUI RASSURE

Un nombre, les angles testés (chiffre, question, scène, témoignage), ce qui a gagné et ce qui a été coupé. Trois à cinq créas vraiment différentes par mois au minimum.

LA RÉPONSE QUI DOIT ALERTER

« On a changé la couleur du bouton. » Ou les mêmes visuels depuis plusieurs mois.

VÉRIFIER VOUS-MÊME

Ouvrez la bibliothèque publicitaire de Meta et cherchez votre page : vous voyez toutes vos pubs actives et leur date de lancement.

3

QUESTION 3 SUR 5

Qui rappelle mes contacts, et en combien de temps ?

Un contact rappelé le lendemain a souvent déjà parlé à un concurrent. Une agence qui ne s'intéresse pas à ce qui se passe après le formulaire optimise la moitié du parcours.

LA RÉPONSE QUI RASSURE

Un délai mesuré, un message automatique dans la minute, une règle d'appel claire avec votre équipe, et un suivi du statut de chaque contact.

LA RÉPONSE QUI DOIT ALERTER

« Ça, c'est votre équipe commerciale. » L'agence livre des contacts et ne regarde jamais ce qu'ils deviennent.

VÉRIFIER VOUS-MÊME

Remplissez votre propre formulaire un soir de semaine, depuis un autre numéro, et chronométrez la réponse.

4

QUESTION 4 SUR 5

Qu'avez-vous arrêté, et pourquoi ?

Une campagne qui progresse est une campagne où l'on coupe. Ce qu'on arrête montre si quelqu'un pilote vraiment le compte.

LA RÉPONSE QUI RASSURE

Une campagne coupée, un public abandonné, une créa retirée, avec le chiffre qui a motivé la décision.

LA RÉPONSE QUI DOIT ALERTER

« Tout tourne bien, on continue. » Ou une liste de campagnes qui ne change jamais d'un mois à l'autre.

VÉRIFIER VOUS-MÊME

Comparez la liste des campagnes actives d'il y a trois mois et d'aujourd'hui dans le gestionnaire de publicités.

5

QUESTION 5 SUR 5

À qui appartient mon compte publicitaire ?

Le compte garde l'historique, les audiences, les pixels et les données qui font baisser les coûts avec le temps. Si l'agence en est propriétaire, vous repartez de zéro le jour où vous changez.

LA RÉPONSE QUI RASSURE

À vous. Votre entreprise possède le portefeuille business, le compte publicitaire et le pixel ; l'agence y a un accès partenaire que vous pouvez retirer.

LA RÉPONSE QUI DOIT ALERTER

« On le gère sur notre compte, c'est plus simple. » Ou personne chez vous ne sait comment se connecter.

VÉRIFIER VOUS-MÊME

Dans les paramètres de votre portefeuille business Meta et de votre compte Google Ads, regardez qui est propriétaire et qui a un accès partenaire.

LA GRILLE

Notez les réponses, sur 10.

Deux points par question : 2 si la réponse est chiffrée et vérifiable, 1 si elle est vague, 0 s'il n'y en a pas.

QUESTION	RÉPONSE OBTENUE	POINTS
1. Combien m'a coûté un rendez-vous tenu ?		
2. Combien de créas avez-vous testées ce mois-ci ?		
3. Qui rappelle mes contacts, et en combien de temps ?		
4. Qu'avez-vous arrêté, et pourquoi ?		
5. À qui appartient mon compte publicitaire ?		
Total		**/ 10**

SCORE	CE QU'ON EN FAIT
8 à 10	Renouvelez, et inscrivez le coût par rendez-vous tenu comme indicateur du contrat.
5 à 7	Renouvelez pour trois mois, avec les points manquants écrits noir sur blanc.
0 à 4	Récupérez d'abord la propriété du compte (question 5), puis mettez le contrat en concurrence.

ET MAINTENANT

On pose les 5 questions à vos chiffres.

Pendant 45 minutes, on regarde vos campagnes, votre coût par rendez-vous tenu et la propriété de vos comptes, avant votre renouvellement.

DIAGNOSTIC OFFERT · 45 MINUTES

leadvice.org

Réservation en ligne, créneau confirmé immédiatement.

Leadvice accompagne depuis 2022 des promoteurs immobiliers, des écoles privées et des entreprises de taille moyenne et grande au Maroc : plus de 80 000 contacts générés pour plus de 42 clients.

Amira Dounassre *fondatrice de Leadvice*