RESSOURCE GRATUITE · GUIDE ANDROMEDA

Meta Ads : les 7 réglages que j'ai arrêtés.

Le moteur de Meta a changé. Ce qu'il décide seul, ce qui reste à régler à la main, et sept habitudes à abandonner dans une campagne de leads.

Amira Dounassre *fondatrice de Leadvice*

CE QUI A CHANGÉ

Andromeda, le moteur qui choisit seul.

Andromeda est le système de Meta qui choisit, parmi toutes les publicités en lice, celles qu'il montre à chaque personne. Fin octobre 2026, les ingénieurs de Meta ont publié un long article sur son fonctionnement.

CE QUE META DÉCIDE SEUL

- L'audience fine, à partir de la créa
- Les emplacements
- Les enchères
- Le moment de diffusion

CE QUI RESTE À VOUS

- La créa et ses trois premières secondes
- La diversité des créas
- Le formulaire
- Tout ce qui se passe après le formulaire

En une phrase. Votre ciblage, désormais, c'est votre vidéo. Le temps passé à régler des audiences se déplace vers les accroches et vers l'heure qui suit le formulaire.

Source : Meta Engineering, article sur Andromeda publié le 28 octobre 2026.

LES RÉGLAGES 1 ET 2

1

J'AI ARRÊTÉ

~~**Empiler les centres d'intérêt**~~

JE FAIS À LA PLACE

Une audience large, avec seulement le pays, la ville et l'âge.

Andromeda trouve les bonnes personnes à partir de ce que montre la créa. Empiler cinq intérêts réduit l'audience sans aider le moteur.

Comment faire : Garder une exclusion utile (clients actuels) et laisser le reste ouvert ; c'est la vidéo qui fait le tri.

2

J'AI ARRÊTÉ

~~**Découper les ensembles de pubs par tranche d'âge**~~

JE FAIS À LA PLACE

Un seul ensemble, avec un plafond d'âge si l'offre l'exige.

Trois petits budgets, ce sont trois apprentissages qui n'aboutissent pas. Un seul ensemble accumule les signaux plus vite.

Comment faire : Regrouper les ensembles 25-34, 35-44 et 45-54 en un seul 25-54, avec le budget total.

LES RÉGLAGES 3 ET 4

3

J'AI ARRÊTÉ

~~Une seule créa par ensemble~~

JE FAIS À LA PLACE

Trois à cinq créas vraiment différentes par ensemble.

Meta regroupe les créas trop proches : dix variantes de la même vidéo peuvent compter comme une seule. Il faut des angles différents, pas des couleurs différentes.

Comment faire : Pour chaque vidéo, trois accroches différentes dans les trois premières secondes : un chiffre, une question, une scène.

4

J'AI ARRÊTÉ

~~Le formulaire en deux champs~~

JE FAIS À LA PLACE

Une question qui demande un petit effort.

Plus de formulaires faciles, c'est plus de contacts qui ne répondent jamais. Une question sur le délai ou le niveau filtre les curieux.

Comment faire : Ajouter « Pour quand est votre projet ? » ou « Pour quel niveau ? », en choix multiples.

LES RÉGLAGES 5 ET 6

5

J'AI ARRÊTÉ

~~Juger une campagne au coût par lead~~

JE FAIS À LA PLACE

Le coût par rendez-vous tenu.

Une campagne plus chère au contact peut être moins chère au rendez-vous. Le moteur optimise ce qu'on lui demande.

Comment faire : Remplir le tableau de calcul chaque lundi ; quand le volume le permet, renvoyer les rendez-vous à Meta comme conversions.

6

J'AI ARRÊTÉ

~~Envoyer les leads par email au commercial~~

JE FAIS À LA PLACE

Un message WhatsApp dans la minute, un appel le matin même.

Les études sur le délai de réponse vont toutes dans le même sens : un contact rappelé dans l'heure se qualifie bien plus souvent qu'un contact rappelé le lendemain.

Comment faire : Brancher le formulaire sur un message automatique, et fixer une règle d'appel : avant 10 h pour les contacts de la veille.

LES RÉGLAGES 7

7

J'AI ARRÊTÉ

~~Demander le budget dans le formulaire~~

JE FAIS À LA PLACE

Je l'ai supprimée.

La question fait fuir les bons contacts autant que les curieux, et la réponse est rarement fiable.

Comment faire : Découvrir le budget au premier appel, avec une question sur le projet plutôt que sur l'argent.

LISTE DE CONTRÔLE

Votre compte, en 10 minutes.

- [ ] Mes ensembles de pubs ciblent une audience large, sans pile de centres d'intérêt.
- [ ] Je n'ai pas découpé un même public en plusieurs petits ensembles.
- [ ] Chaque ensemble contient au moins trois créas vraiment différentes.
- [ ] Chaque vidéo a une accroche forte dans les trois premières secondes.
- [ ] Mon formulaire pose une question qui qualifie, et pas celle du budget.
- [ ] Un message part dans la minute après chaque formulaire.
- [ ] Mon équipe rappelle les contacts de la veille avant 10 h.
- [ ] Je suis le coût par rendez-vous tenu, pas seulement le coût par contact.

Moins de six cases cochées : votre compte travaille contre le moteur. Le guide CALCUL et le kit MINUTE, sur leadvice.org, couvrent les deux derniers points.

ET MAINTENANT

On regarde votre compte ensemble.

Pendant 45 minutes, on passe en revue la structure de vos campagnes, vos créas et ce qui se passe après le formulaire, et on vous dit quoi changer en premier.

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*