

03 - Les offres

Bloon : le défi

Après plusieurs années de collaboration, le fondateur de Bloon nous fixe un objectif : réaliser le meilleur Black Friday de leur histoire, **soit l'équivalent de 2 mois de CA en 10 jours.**

Meta Ads est leur levier d'acquisition principal. L'offre et sa mise en scène sur Meta décident de tout.



Comment on a préparé l'offre

- 01 Ajouts au panier, 10 jours avant
- 02 Liste VIP, en acquisition et en retargeting
- 03 Une seule remise : jusqu'à 50 €
- 04 Rareté : stocks limités, durée restreinte
- 05 Livraison offerte gardée pour le week-end

03 - Les offres

Bloon : chauffer avant l'offre

Pendant que les CPM sont encore bas, on en a profité pour réchauffer les audiences avec 2 campagnes qui n'avaient pas un objectif de faire du chiffre d'affaires immédiat. Elles remplissent les bassins de retargeting pour le jour J.

Les 2 campagnes de préparation

- **Ajouts au panier, 7 à 10 jours avant** : « ajoutez l'un de nos sièges à votre panier », renvoi vers le catalogue. Le public prépare sa liste, on le recible au lancement.
- **Liste VIP (objectif prospects)** : -30 € et 5 % en plus, réservés aux inscrits. En acquisition et en retargeting.
- **Sur les 2 Black Friday précédents** : un retour 3 à 4 fois plus élevé sur l'audience chaude que sur l'acquisition.

Ajouts au panier

The ad features the Bloon logo and a sponsored status. The text reads: 'À partir du lundi 21 novembre, le Bloon Friday arrive chez Bloon 🎉 Vous pourrez profiter de 30€ de réduction sur une sélection de sièges ballons.' Below this, it says 'Ajoutez l'un de nos sièges maintenant dans votre panier 📌'. The main visual is a person sitting on a large yellow Bloon ball. A banner at the top of the image says 'BLOON SE PRÉPARE POUR LE BLOON FRIDAY'. At the bottom of the image, there are two small text boxes: '30€ DE REMISE SUR UNE SÉLECTION DE BLOON' and 'OFFRE VALABLE DU 21/11 AU 27/11 STOCK LIMITÉ'. The ad footer includes 'bloon-paris.fr', 'Bloon Friday : Du 21 au 27 novembre', and a button 'En savoir plus'. It also shows 2 likes.

Liste VIP

The ad features the Bloon logo and a sponsored status. The text reads: '🎁 pour votre dos : Inscrivez-vous sur notre liste de privilégiés pour obtenir 30€ de remise ainsi que 5% ...Voir plus'. The main visual shows a woman sitting on a Bloon ball in an office setting. A large orange circular graphic says '-30€ DE RÉDUCTION SUR UNE SÉLECTION DE BLOON'. Below the woman, a text box says 'PASSEZ LE CAP ! LIBÉREZ VOTRE DOS AVEC BLOON'. At the bottom right, another text box says 'Offre privilège -5% supplémentaires pour le Bloon Friday'. The ad footer includes 'bloon-paris.fr', 'Inscrivez-vous pour recevoir 5%...', and a button 'S'inscrire'.

03 - Les offres

Bloon → une offre par phase, et chaque phase se voit dans la créa

Teasing VIP
-30 € + 5 %



Offre 2 · Week-end
50 € + livraison
offerte



Offre 1
Black Week
jusqu'à 50 €



Mode Noël
sac offert
dès 299 €

03 - Les offres

Ensuite, la déclinaison : on ajoute l'offre sur les créas qui marchaient déjà. Même créa, même format, même message (de la pure déclinaison 😊). On a juste ajouté une pastille orange « 50 € ».



→ Cette créa était la 2e créa la plus performante du compte pendant la Black Week.

Les créas Black Friday faites de zéro, testées en parallèle, ont moins bien marché :



03 - Les offres

Évolution du chiffre d'affaires

Résultat 1

Augmentation du CA

✓ **+319%**

de CA vs le mois précédent. Record de ventes et de dépenses pub en 1 mois.

Amélioration du ROAS

Résultat 2

Hausse du ROAS

✓ **+174%**

vs le mois précédent, rentable sur chaque segment : nouvelle audience, audience engagée, clients existants.

LA RÉPARTITION DU BUDGET PENDANT L'OPÉRATION

20 %

Acquisition, top audiences

30 %

Advantage+ Shopping, meilleures créas

35 %

Retargeting, toutes audiences chaudes

5 %

Retargeting dynamique

10 %

Rétention

Budget quotidien, ajusté chaque jour : ×2 à ×3 le 1er jour de la promo, le jour du Black Friday et le dernier jour de la Black Week.