

# Boostez vos résultats : L'audit indispensable pour vos campagnes Meta

---

## Tracking et Data

- Vérifiez l'installation du Meta Pixel et de l'API de conversions (CAPI) pour atteindre un taux de correspondance des événements (Event Match Quality) supérieur à 6/10.
- Alignez le paramétrage de l'attribution (ex: 7 jours après le clic, 1 jour après la vue) avec le cycle de décision réel de votre produit.

## Structure et Audiences

- Limitez le chevauchement d'audience (audience overlap) à moins de 20% pour éviter la concurrence interne aux enchères.
- Utilisez des sources de données de haute qualité pour vos audiences 'Lookalike', en privilégiant les listes clients à forte valeur vie (LTV).
- Consolidez vos ensembles de publicités (Ad Sets) pour atteindre l'objectif de 50 conversions par semaine et sortir de la phase d'apprentissage.

## Créas et Diffusion

- Surveillez la fréquence : une valeur supérieure à 4 sur 7 jours sur une audience restreinte indique une lassitude publicitaire.
- Remplacez systématiquement les visuels ou vidéos dont le 'Score de classement de la qualité' est 'inférieur à la moyenne' sur les trois métriques (qualité, engagement, conversion).
- Activez les placements Advantage+ pour améliorer la livraison et réduire le coût par résultat.

## Optimisation Technique

- Assurez-vous que le temps de chargement de votre Landing Page est inférieur à 3 secondes pour éviter les pénalités de distribution de Meta.