

STUDIO MAHAUT · MASTERCLASS EN LIGNE

Strategie Meta

Le Pouvoir du Cocon

Plan d'acquisition et de conversion sur 15 jours

MASTERCLASS

3 octobre 2026

10h00 · Zoom · Replay 12 mois

Préparation : 15 septembre 2026

Document de travail - avant mise en ligne



Le plan en un regard

Une campagne courte, concentrée et pilotée sur les paiements confirmés.

18/9-2/10

DIFFUSION

15 jours

DURÉE

67 EUR

OFFRE

20 places

CAPACITE

Objectif commercial

- Générer des achats pour la masterclass du 3 octobre à 10h00.
- Faire de Meta un levier d'acquisition et de relance, en complément de l'audience organique de Maud.
- Utiliser Systeme.io comme source de vérité pour les ventes et le chiffre d'affaires confirmés.

Promesse centrale

Comprendre comment aménager la chambre de son enfant pour favoriser son sommeil, son apaisement et son bien-être.

Principe de pilotage

L'acquisition démarre le vendredi 18 septembre avec V2 Bénéfice et les deux vidéos ; le retargeting s'ouvre le 23.

URL DE DESTINATION

<https://masterclass.studiomahaut.com/>

Une structure volontairement simple

Quinze jours ne justifient pas de disperser le budget entre de nombreuses audiences.

70 % DU BUDGET

Acquisition

- Objectif : Ventes sur le site, vers le tunnel, dès le 18 septembre.
- Audience large correspondant à la clientèle francophone de Maud.
- V2 Bénéfice et les deux vidéos principales lancées ensemble le 18.
- Exclusion des acheteuses déjà confirmées.

30 % DU BUDGET

Retargeting

- Activation à partir du 23 septembre.
- Visiteurs du tunnel et spectateurs engagés de la première vidéo.
- Personnes arrivées au paiement sans achat confirmé.
- Exclusion des acheteuses.

Scenario budget recommande : 300 EUR

Soit environ 30 EUR par jour, ajustés selon la montée du retargeting.

ACQUISITION · 210 EUR

RETARGETING · 90 EUR

Avec 20 places à 67 EUR, le chiffre d'affaires maximal de l'événement est de 1 340 EUR. Le CPA de rentabilité brute est donc 67 EUR avant frais et temps de production ; une cible de pilotage à 25-35 EUR préserve davantage de marge.

LANCEMENT · 18 AU 22 SEPTEMBRE

V2 Bénéfice et les deux vidéos principales sont lancées le vendredi 18 dans la même campagne Acquisition. Budget additionnel : 5 à 10 EUR par jour, soit 25 à 50 EUR. Le 23, conserver la campagne, ajouter les autres visuels et ouvrir le retargeting.

Le tempo des 15 jours

La pression publicitaire augmente à mesure que l'événement approche.



Le 3 octobre

Priorité aux rappels organiques et aux inscrites. Une publicité de dernière minute n'est maintenue que si l'horaire laisse encore un vrai temps d'inscription et de préparation.

Un système de 4 concepts

Une vidéo principale complétée par trois angles statiques distincts.

CONCEPT 01 · VIDEO DU SCRIPT

La pièce d'incarnation et de confiance

Maud présente le problème, introduit le rôle de l'environnement et invite à découvrir la masterclass. La vidéo nourrit aussi l'audience de retargeting via les vues engagées.

02 PROBLÈME

Couchers interminables ?

Accrocher les parents qui reconnaissent immédiatement la situation.

03 BÉNÉFICE

Savoir quoi modifier

Rendre la promesse concrète, accessible et non culpabilisante.

04 URGENCE

Dernières places

Concentrer les informations de décision dans les derniers jours.

Formats et règles de production

- Fil Facebook et Instagram : 4:5. Stories et Reels : adaptation 9:16.
- Une accroche dominante, lisible en trois secondes sur mobile.
- Palette : ivoire, vert pétrole, sauge et accent doré ; photographie de chambre naturelle.
- Le CTA, la date, l'heure et le tarif restent visibles et cohérents avec le tunnel.
- Pour un test A/B propre, modifier un seul levier majeur à la fois : angle ou composition.

La serie V1

Première exploration créative.

MET UNE HEURE À S'ENDORMIR

Et si sa chambre entretenait son état d'alerte ?

3 OCTOBRE 2026 • 10H00

DÉCOUVRIR >

V1-1 Problème

Identification immédiate de la douleur.

LE POUVOIR DU COCON

SAUREZ VRAIMENT MODIFIER SA CHAMBRE.

apaisement bien-être

3 OCTOBRE 2026 • 10H00

7€

RÉSERVER MA PLACE →

V1-2 Bénéfice

Projection vers une solution concrète.

DERNIÈRES PLACES

LE POUVOIR DU COCON

3 OCTOBRE 2026 • 10H00

EN DIRECT

REPLAY 12 OCTOBRE

20 PLACES

JE RÉSERVE MA PLACE

QUI FAIT GRANDIR LES VIES

Un espace pour aujourd'hui

V1-3 Urgence

Informations de décision et temporalité.

LECTURE

La V1 pose les trois territoires de message. Les pistes Bénéfice et Urgence ont été retenues comme base de la V2.

La série V2

Deuxième série, alignée sur les pistes préférées 2 et 3.

LE POUVOIR
DU COCON

CHERS MINABLES?

nombre maintenant
en état d'alerte ?

3 OCTOBRE 2026 · 10H00

67 €

OUVRIR →

V2-1 Problème

Identification immédiate de la douleur.

LE POUVOIR
DU COCON

IS N'AVEZ PAS BES DE TOUT REFAIRE

lement de savoir quoi modifier

T · LUMIÈRE · COULEURS · RANG

3 OCTOBRE 2026 · 10H00

67 €

RÉSERVER MA PLACE →

V2-2 Bénéfice

Projection vers une solution concrète.

DERNIÈRES PLACES

LE POU DU COCON

3 OCTOBRE
10H00 · EN DIRECT

REPLAY 12 MOIS

20 PLACES

JE RÉSERVE MA PL

V2-3 Urgence

Informations de décision et temporalité.

RECOMMANDATION

Priorité de diffusion : V2 Bénéfice, V2 Urgence, puis V2 Problème. Les V1 restent disponibles comme alternatives de test.

Messages et destinations

Chaque angle doit conserver une continuité parfaite entre l'annonce et le tunnel.

PROBLÈME

Couchers interminables ? Et si sa chambre maintenait son cerveau en état d'alerte ?

DÉCOUVRIR

BÉNÉFICE

Vous n'avez pas besoin de tout refaire. Seulement de savoir quoi modifier.

RÉSERVER MA PLACE

URGENCE

Dernières places - 3 octobre à 10h00 - Zoom - replay 12 mois - 3 bonus.

JE RÉSERVE

LIENS

Page principale : <https://masterclass.studiomahaut.com/>

Paiement : <https://masterclass.studiomahaut.com/paiement-masterclass>

Un freebie pour les prospects hésitants

Conserver le contact sans détourner la page de son objectif principal : vendre la masterclass.

IDÉE RECOMMANDÉE

Le Mini-diagnostic Chambre Cocon

12 questions à compléter en 10 minutes pour repérer ce qui peut maintenir l'enfant en alerte, obtenir un score simple et choisir trois premiers ajustements.

Contenu à compléter par Maud

- Sécurité et repères
- Stimulation visuelle
- Emplacement et circulation
- Barème et trois conseils prioritaires

Intégration recommandée

- Encart après la FAQ
- Avant le dernier appel à l'action
- Prénom + e-mail uniquement
- Tag prospect-cocon et envoi immédiat

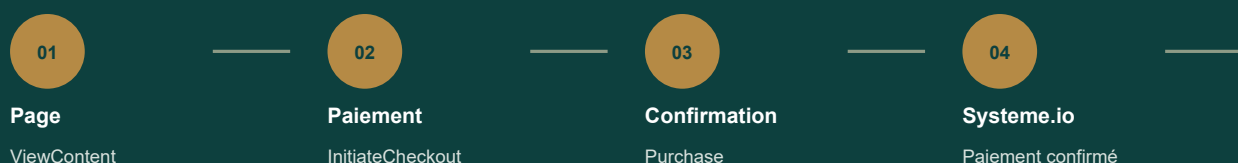
Pourquoi pas une pop-up au lancement ?

La page doit d'abord présenter toute la valeur de l'offre. Un encart visible en fin de parcours capte les non-acheteuses sans interrompre la lecture. Une pop-up de sortie pourra être testée ensuite, seulement après avoir observé assez de trafic.

Piloter avec les bons signaux

Meta mesure l'attribution ; Systeme.io confirme les ventes et les paiements.

Parcours de conversion



À vérifier chaque jour

- Dépenses et CPM
- Clics et visites
- Passages au paiement
- Paiements confirmés
- CPA confirmé et CA encaissé

Règle de décision

- Premier point après 72 heures
- Couper les annonces sans signal utile
- Renforcer les passages au paiement
- Réallouer vers retargeting en fin de campagne

Checklist avant lancement

- | | |
|--|--|
| ☐ Meta : Pixel / CAPI et événements testés sur les bonnes pages | ☐ Meta : Formats 4:5 et 9:16 contrôlés sur mobile |
| ☐ Meta : UTM conservées jusqu'au paiement | ☐ Tunnel : date, heure, prix, Zoom, replay et bonus cohérents partout |
| ☐ Meta : Acheteuses exclues des audiences | ☐ Tunnel : paiement test et confirmation Systeme.io vérifiés |