



CHEAT SHEET

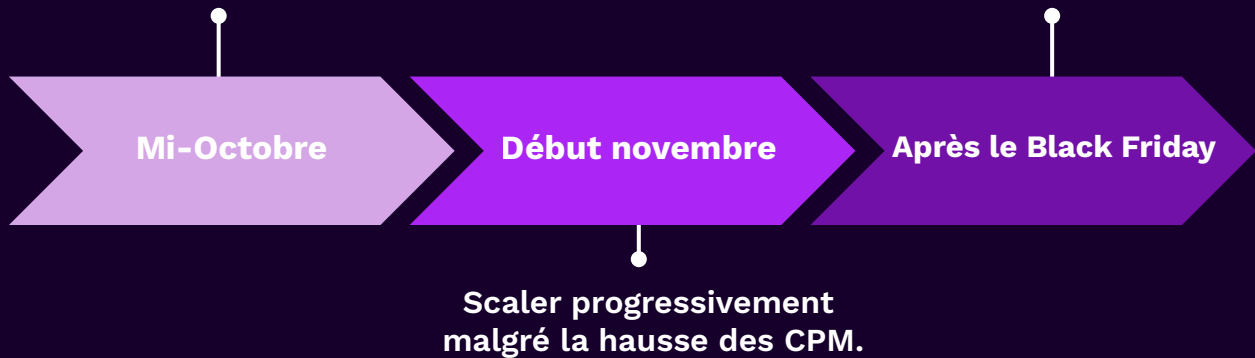
**Tout ce qu'il faut savoir pour
vos campagnes Black Friday
2025**



Timing

Lancer les campagnes pour entraîner les algorithmes.

CPMs ↓ 15–20%, courte fenêtre de relance avant la frénésie de Noël.



Budget

+50–100%

CPM
(entre le 1 Nov et le BF)

x3

Conversion
(en moyenne)

Limiter ses investissements, c'est risquer de rater une audience prête à convertir.



Sources



Capte une forte intention d'achat. CPC en hausse au T4, mais les conversions restent solides.



Performant sur la Gen Z et les 25–34 ans. CPM légèrement inférieurs à ceux de Meta, bon terrain pour tester la créa.



Incontournable pour le volume et le targeting. Les CPM augmentent fortement, mais aucun autre canal n'offre une telle portée



Clé pour la Gen Z, surtout en France et au Moyen-Orient. Moins de volume mais très rentable.

Audiences



Acquisition

Capter de nouveaux utilisateurs au moment où ils sont le plus réceptifs



Réactivation

Réengager les acheteurs Black Friday précédents, les inactifs et les promophiles.

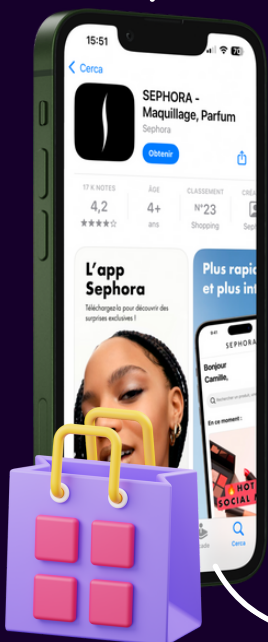


Retargeting

Recibler rapidement les nouveaux installateurs pour déclencher leur premier achat.

ASO

Adapter screenshots, icône et textes promo aux visuels Black Friday.



Utiliser les Custom Product Pages (CPPs) pour vos campagnes payantes.

Anticiper : la validation App Store peut prendre jusqu'à 1 semaine.

Créas

- ✓ Rendre l'offre visible immédiatement (titre/prix clair).
- ✓ Utiliser des vidéos courtes (<15s) avec un CTA fort.
- ✓ Miser sur des visuels statiques pour réduire les coûts.
- ✓ Intégrer les codes Black Friday (couleurs, réductions, etc.).
- ✓ Garder des créas simples et impactantes → la clarté gagne toujours face aux designs complexes.

Catalogues **produits**



- **Les DPAs sont incontournables** : automatiser la mise en avant selon le comportement utilisateur (vue, ajout panier, abandon).
- **Préparer en avance** : configurer vos catalogues sur Meta, TikTok, Snapchat et intégrer les promos Black Friday.
- Utiliser des **deep links** pour rediriger directement vers les pages produits dans l'app.

Tracking & Optimisation



- **Pas d'impro** : vérifier que tous les événements in-app (achat, ajout panier...) sont bien trackés avant novembre.
- **Fenêtres d'attribution** : 1 jour pour les utilisateurs à forte intention, 7 jours pour maximiser le volume.
- **KPIs créatifs** : suivre les taux de Hook & Hold pour identifier les ads gagnantes et itérer vite.

Besoin d'accompagnement pour **vos**
campagnes Black Friday 2025 ?

Contactez-nous !

