

KDP ADS MASTERY



LEVEL UP

KDP Ads Mastery

Quentin Hag

Copyright © 2025

Tous droits réservés.

Aucune partie de ce livre ne peut être reproduite, stockée dans un système de récupération ou transmise, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit – électronique, mécanique, photocopie, enregistrement ou autre – sans l'autorisation écrite préalable de l'auteur, sauf dans le cadre de courtes citations utilisées à des fins de critique ou de chronique, conformément à la législation en vigueur.

Ce livre est une œuvre de non-fiction basée sur des expériences personnelles, des observations et des recherches. Il ne constitue ni un conseil financier, ni une promesse de gains. L'auteur décline toute responsabilité quant aux décisions prises par les lecteurs à partir du contenu présenté.

SOMMAIRE

Ce que j'aurais aimé savoir plus tôt	1
1. Pourquoi la publicité est devenue indispensable sur KDP	5
2. Comprendre Amazon Ads en 10 minutes (sans jargon)	10
3. Crée ta première campagne Amazon Ads (pas à pas)	15
4. Trouver les bons mots-clés en lisant dans les pensées	19
5. Comment savoir si ta campagne est rentable	24
6. Optimise comme un pro	29
7. Scaler tes campagnes et vendre 10x plus	34
8. Étude de cas : comment j'ai obtenu 1221 % de ROAS	39
BONUS : Mes modèles de campagnes Amazon Ads prêts à copier	43

Ce que j'aurais aimé savoir plus tôt

Tu connais forcément Amazon.

Pas besoin de te refaire le topo sur le géant du e-commerce, membre des fameux GAFAs, qui a révolutionné notre façon de consommer et de vendre. Mais ce que tu ignores peut-être, c'est qu'Amazon n'est pas seulement une marketplace. C'est aussi une **machine publicitaire redoutable**, au service des vendeurs... et des auteurs comme toi et moi.

Quand j'ai découvert Amazon Advertising, j'étais sceptique.

Pas vraiment "marketeur", encore moins "publicitaire".

Je voyais ça comme un truc réservé aux pros de Google Ads ou aux grosses marques.

Mais la réalité, c'est que **cette plateforme peut littéralement booster les ventes de ton livre** — si tu sais t'en servir.

J'ai appris à la dure.

J'ai perdu de l'argent.

J'ai fait des campagnes qui n'ont rien vendu...

...et d'autres qui m'ont rapporté des milliers d'euros avec un seul mot-clé bien ciblé.

J'ai testé, bidouillé, compris comment Amazon pense, comment il classe les livres, comment il récompense les campagnes rentables.

Et aujourd'hui, je peux te le dire :

Ce guide, je l'ai écrit pour la version de moi qui galérait à ses débuts.
Celui qui ne savait pas ce que signifiait "CPC", "impression" ou "ACOS".
Celui qui avait juste une ambition simple : **trouver des lecteurs**.

Dans les pages qui suivent, je vais t'apprendre à dompter Amazon Ads.
Pas avec de la théorie bullshit.
Mais avec des conseils concrets, des erreurs vécues, des stratégies simples à
appliquer dès maintenant.

Parce que tu n'as pas besoin d'être un expert en pub.
Tu as juste besoin de savoir ce qui fonctionne **pour les auteurs KDP**.
Et c'est exactement ce que tu vas découvrir ici.

Amazon Ads, c'est plus qu'un simple outil : c'est une **opportunité en or**.

C'est la première fois dans l'histoire qu'un auteur peut promouvoir ses livres
directement là où les lecteurs sortent leur carte bleue : sur Amazon.
Pas besoin d'un éditeur. Pas besoin de réseau. Pas besoin d'attendre un "coup
de chance".

En quelques clics, tu peux faire apparaître ton livre **pile devant les yeux de
ton futur lecteur**, au moment exact où il cherche un livre comme le tien.

C'est ça, **la puissance d'Amazon Ads**.

Mais (car il y a toujours un mais) ce n'est pas aussi simple qu'appuyer sur un
bouton.

Amazon, c'est aussi **la plus grande bibliothèque du monde**.

On parle de **plus de 100 millions de livres** déjà en ligne. Et chaque mois,
80 000 nouveaux titres débarquent sur la plateforme.

Autant dire que **se faire une place**, surtout quand on démarre, **relève du défi**.

Et sans publicité, ton livre risque fort de rester invisible.

Enterré sous une pile de concurrents mieux positionnés, mieux optimisés, ou tout simplement... plus agressifs côté pub.

Mais tu sais quoi ?

Ce que j'ai découvert avec Amazon Ads dépasse largement la simple question de visibilité.

Cette plateforme m'a permis de **mieux comprendre mes lecteurs**.

D'**identifier ce qui vend vraiment**... et ce qui ne vend pas.

D'optimiser mes campagnes jusqu'à ce qu'elles deviennent **rentables au centime près**.

Et pourtant, je n'ai pas commencé avec des résultats magiques.

Au début, j'ai perdu de l'argent. Beaucoup.

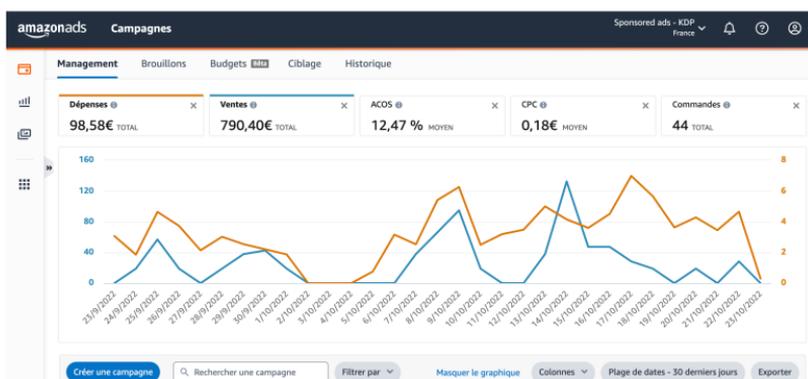
J'ai lancé des campagnes qui n'ont rien donné.

Je me suis arraché les cheveux sur des rapports incompréhensibles.

Mais j'ai **persisté**. J'ai appris. J'ai testé. Corrigé. Amélioré.

Et aujourd'hui ?

J'ai des campagnes qui tournent **comme des machines bien huilées**.



Mon objectif avec ce livre, c'est de **te faire gagner un temps fou**, et de t'éviter **toutes les erreurs coûteuses** que j'ai faites.

Je vais te montrer comment :

- Cibler les bons mots-clés
- Lancer des campagnes rentables
- Éviter les pièges qui brûlent ton budget
- Et surtout : vendre plus **sans te transformer en expert en publicité**

Bref, ce guide est là pour te transmettre **tout ce que j'aurais aimé avoir** à mes débuts.

Maintenant, si tu es prêt à passer à l'action...

On entre dans le vif du sujet.

1

Pourquoi la publicité est devenue indispensable sur KDP

Imagine un instant que tu sois auteur dans une gigantesque librairie.

Mais vraiment gigantesque.

Pas une FNAC. Pas même une bibliothèque municipale.

Non, je parle d'une **librairie avec plus de 100 millions de livres.**

Et chaque mois, **80 000 nouveaux titres débarquent sur les rayons.**

Tu poses ton livre sur une étagère... et il disparaît aussitôt dans la masse.

Mauvaise nouvelle : c'est exactement ce qui se passe sur Amazon

Publier un livre sur Amazon KDP, c'est simple, rapide, et accessible à tous.

C'est une bénédiction... mais aussi un piège.

Pourquoi ?

Parce que **publier ne veut pas dire vendre.**

Ton livre peut être excellent, ta couverture magnifique, ton sujet passionnant...

...mais **si personne ne le voit, personne ne l'achète.** Point final.

Tu ne vends pas parce que ton livre est nul.

Tu ne vends pas parce que **tu es invisible**.

100 millions de livres... et toi au milieu

Amazon est **la plus grande librairie du monde**.

C'est aussi un cimetière à ebooks.

La réalité, c'est que les lecteurs ne tapent pas ton nom.

Ils ne te connaissent pas (encore).

Ils font une recherche ("roman feel good", "cahier de vacances CE1", "guide pour apprendre l'italien"),

et Amazon leur montre **les livres les plus pertinents selon l'algorithme**.

Et toi ? Tu apparaîtras en page 5.

Ou pire, tu n'apparaîtras pas du tout.

Et non, les ventes "organiques" ne suffisent plus

Tu as peut-être déjà lu des témoignages d'auteurs qui ont explosé sans publicité.

C'était possible. Avant.

Aujourd'hui, **l'algorithme favorise ceux qui "bougent"** : ceux qui génèrent du trafic, des clics, des ventes.

Et tu sais comment tu peux forcer l'algorithme à te remarquer ?

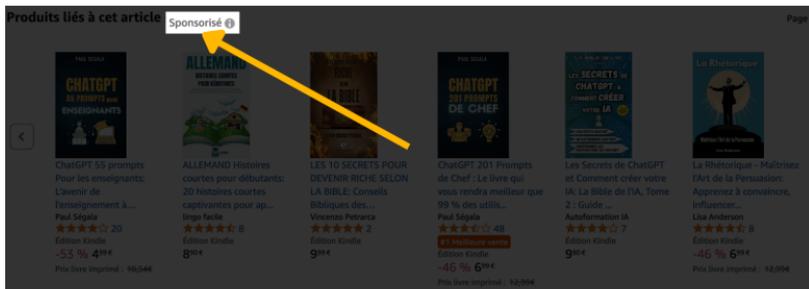
En payant pour avoir ta place sous les projecteurs.

C'est là que **la publicité Amazon entre en jeu**.

Pourquoi Amazon Ads est la meilleure arme d'un auteur KDP

Avec Amazon Ads, tu peux littéralement :

- Faire apparaître ton livre **en haut des résultats** de recherche
- Le placer sur la page d'un concurrent (qui vend déjà très bien)
- Tester des idées de titres, de couvertures, de catégories
- Et surtout : **transformer 1 € en plusieurs euros de ventes**



Tu n'as plus besoin d'attendre que la magie opère.

Tu **prends le contrôle de ta visibilité**.

Et tu peux obtenir des résultats concrets dès les premières campagnes (même avec un tout petit budget).

Mon expérience perso

Quand j'ai lancé mes premiers livres, je croyais que le bouche-à-oreille allait suffire.

Je pensais que “si le livre est bon, il va se vendre”.

Erreur.

Il m’a fallu des semaines avant de faire une vraie première vente.

Puis j’ai lancé ma **première campagne Amazon Ads à 5 €/jour**.

Bam. Vente le lendemain.

Puis d’autres.

Puis j’ai appris à mieux cibler, à mieux rédiger mes annonces.

Et un jour, j’ai vu ce chiffre apparaître sur mon tableau de bord :

Retenir une seule chose de ce chapitre

Avec Amazon Ads, tu peux :

- sortir de l’anonymat,
- apparaître dans les bonnes recherches,
- attirer tes lecteurs idéaux,
- et **transformer ton livre en machine à cash**.

Dans les chapitres suivants, je vais te montrer comment faire exactement ça — **sans être un expert, sans budget énorme, et sans t’arracher les cheveux**.

On y va ?

2

Comprendre Amazon Ads en 10 minutes (sans jargon)

OK. Maintenant que tu sais **pourquoi** faire de la pub, voyons **comment** ça fonctionne — sans rentrer dans des termes techniques relous.

L'objectif de ce chapitre, c'est que tu comprennes **la logique de la plateforme** pour que tu puisses faire de meilleurs choix dès ta première campagne.

Amazon Ads, c'est quoi exactement ?

C'est un service de publicité qui te permet de **payer pour mettre ton livre en avant**.

Ton livre peut apparaître :

- dans les résultats de recherche (ex : un lecteur tape “livre pour surmonter une rupture” → ton livre est en haut)
- sur la fiche produit d'un autre livre (idéal pour apparaître sur un concurrent)
- ou encore dans le carrousel “sponsorisés” sur la page d'accueil ou ailleurs

Les 3 formats de campagne à connaître

Tu vas voir ces termes en créant ta première campagne. Voici ce qu'ils veulent dire **en version ultra-simple** :

1. Campagnes automatiques

Tu laisses Amazon choisir les mots-clés à ta place.

→ Super pour débiter et collecter des données

→ Tu ne contrôles pas grand-chose, mais tu apprends beaucoup

2. Campagnes manuelles – ciblage par mots-clés

C'est toi qui choisis les mots-clés pour lesquels tu veux que ton livre apparaisse.

→ Tu cibles précisément les recherches que tu veux

→ Nécessite un peu de recherche en amont (je t'explique ça bientôt)

3. Campagnes manuelles – ciblage par ASIN (produits concurrents)

Tu places ton livre sur les pages d'autres livres de ta niche.

→ Parfait pour "piquer" les lecteurs d'un best-seller

Les 3 formats de campagne à connaître



1. Campagnes automatiques

Tu laisses Amazon choisir les mots-clés à ta place.
 → Super pour débiter et collecter des données
 → Tu ne contrôles pas grand-chose, mais tu apprends beaucoup

2. Campagnes manuelles ciblage par mots-clés

C'est toi qui choisis les mots-clés pour lesquels tu veux que ton livre apparaisse.
 → Tu cibles précisément les recherches que tu veux
 → Nécessite un peu de recherche en amont

3. Campagnes manuelles ciblage par ASIN

Tu places ton livre sur les pages d'autres livres de ta niche.
 → Parfait pour "piquer" les lecteurs d'un best-seller

Combien ça coûte ?

Tu définis **ton propre budget**.

Tu peux commencer avec **5 €/jour**, voire moins.

Le système fonctionne au **coût par clic (CPC)** :

- Tu paies **uniquement** quand quelqu'un clique sur ta pub
- Le prix du clic varie selon la concurrence du mot-clé (entre 0,10 € et 1 € en moyenne)

Exemple :

- Tu dépenses 10 € pour 50 clics → coût moyen par clic = 0,20 €
- Tu fais 2 ventes à 5 € chacune → tu encaisses 10 €
→ Ton retour est neutre... mais tu as gagné 2 nouveaux lecteurs (et des ventes futures possibles)

Les 3 chiffres à comprendre (vraiment)

Pas besoin de tout analyser.

Voici les 3 **seuls indicateurs à surveiller** au début :

1. **Impressions** : le nombre de fois que ta pub a été affichée
Si tu n'as pas d'impressions, ton budget est trop bas ou tes mots-clés sont mal ciblés.
2. **CTR (taux de clics)** : combien de personnes cliquent sur ta pub
Un bon CTR = ta couverture et ton titre sont efficaces
3. **ACOS (coût publicitaire sur les ventes)**

C'est l'indicateur clé !

$$\text{ACOS} = (\text{Dépenses pub} \div \text{Ventes générées}) \times 100$$

Plus ton ACOS est bas, plus tu es rentable.

Exemple concret :

- Tu dépenses 20 € en pub
- Tu vends pour 60 € de livres
→ ACOS = 33 %, donc tu es **largement rentable**

Le truc à comprendre sur l'algorithme

Amazon est une **machine algorithmique**.

Il récompense les pubs qui **convertissent**.

Si ta pub :

- génère des clics
- vend des livres

→ Amazon te **booste** : il t'affiche plus souvent, à moindre coût.

Mais si ta pub ne vend pas... il te pénalise. Il te montre moins. Et tu payes plus cher.

Moralité : **tu dois apprendre à créer des pubs qui font vendre**, pas juste qui attirent des curieux.

Ce que tu dois retenir de ce chapitre

- Amazon Ads te permet **d'acheter de la visibilité ciblée**

- Tu **paies au clic**, pas à l'affichage
- 3 types de campagnes : automatique, manuelle mots-clés, manuelle ASIN
- 3 chiffres à suivre : Impressions, CTR, ACOS
- L'algorithme **récompense les campagnes rentables**

Dans le prochain chapitre, on passe à l'action :

3

Crée ta première campagne Amazon Ads (pas à pas)

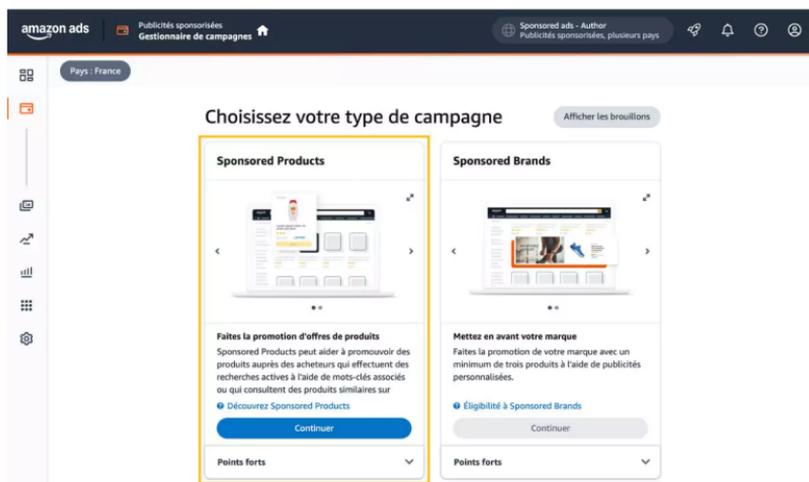
C'est parti.

Tu vas lancer ta toute première campagne. Même si tu n'as **jamais touché à une pub de ta vie**, ce chapitre est là pour t'accompagner **clik par clic**.

Je te promets une chose : **tu peux avoir ta première campagne en ligne en moins de 15 minutes.**

Étape 1 – Connecte-toi à ton compte Amazon Ads

1. Va sur <https://advertising.amazon.com>
2. Connecte-toi avec **le même compte que ton compte KDP**
3. Sélectionne « **Campagnes Sponsored Products** » (c'est ce qu'on va utiliser dans ce guide)



Étape 2 – Choisis ton type de campagne

Pour ta toute première, on va faire **simple et efficace**.

Choisis “Campagne automatique”

→ Amazon va choisir pour toi les mots-clés et les emplacements

→ C’est parfait pour débiter sans stress

Donne un nom à ta campagne (ex : “Campagne test – Juin 2025”)

Choisis un **budget quotidien** → commence par 5 € par jour, c’est largement suffisant pour tester.

Étape 3 – Sélectionne ton livre

Tu verras apparaître la liste de tes livres KDP.

Clique simplement sur **le livre que tu veux promouvoir**.

Pas besoin d’en faire plusieurs pour le moment. Un seul suffit pour apprendre.

Produits

[Comment ajouter des produits à votre campagne](#)[Ajouter tout sur cette page](#)

Rentier KDP: Le Guide du Débutant pour Gagner de
l'Argent en Vendant des Livres
★★★★☆ (51) 9,99 € En stock
ASIN: B00JG0796S

0 produit

Ajouter un livre pour faire de la publicité

Étape 4 – Fixe ton enchère

C'est combien tu es prêt à payer **par clic**.

Choisis “enchère dynamique – uniquement à la baisse”

→ C'est le mode le plus “safe” pour débiter, Amazon baissera le coût si possible

Pour l'enchère par défaut, mets **0,25 €** pour commencer

Stratégie d'enchères de la campagne ①

[Comment définir votre stratégie d'enchères](#)

Les campagnes utilisant la stratégie d'enchères « à la hausse et à la baisse (enchères dynamiques) » ont généré 1,8 fois plus de ventes, avec un ROAS inférieur de 3 %, par rapport aux campagnes utilisant la stratégie d'enchères « à la baisse uniquement (enchères dynamiques) » (données internes Amazon, 2022).

- Enchères dynamiques – à la hausse et à la baisse ①
Nous reverrons vos enchères en temps réel à la hausse (de 100 % maximum) lorsque votre publicité est plus susceptible de se convertir en vente et à la baisse lorsque votre publicité est moins susceptible de se convertir en vente.
- Enchères dynamiques – à la baisse uniquement ①
Amazon will lower your bids in real time when your ad may be less likely to convert to a sale. Any campaign created before 22 avril 2019 used this setting.
- Enchères fixes ①
Nous utiliserons votre enchère exacte et les ajustements manuels que vous avez définis, et ne modifierons pas vos enchères en fonction de la probabilité d'une vente.

Étape 5 – Lance la campagne

Clique sur « **Lancer la campagne** »... et c'est en ligne !

Bravo, tu viens de créer ta première campagne publicitaire sur Amazon.

Tu viens officiellement de **rentrer dans le game des auteurs pro-actifs**.

Que va-t-il se passer maintenant ?

Amazon va :

- Afficher ton livre à des lecteurs potentiels
- Tester différents mots-clés et emplacements
- Te montrer des **données précieuses** dans ton tableau de bord (clics, impressions, ventes)

Tu vas observer, apprendre, ajuster.

Mais pas tout seul : **dans le prochain chapitre**, je vais t'apprendre à **interpréter les résultats** de ta campagne.

Tu sauras si ta pub marche, si tu perds de l'argent, ou si tu peux l'optimiser pour exploser tes ventes.

4

Trouver les bons mots-clés en lisant dans les pensées

Tu veux savoir ce qui fait la différence entre une pub qui crame ton budget...
...et une pub qui vend tes livres pendant que tu dors ?

Les mots-clés.

C'est eux qui déterminent à **qui** ta pub sera montrée.

Et si tu tapes juste, tu peux déclencher **des ventes en rafale** pour quelques centimes le clic.

Qu'est-ce qu'un bon mot-clé ?

Un bon mot-clé, c'est une **recherche que tape un acheteur prêt à sortir sa CB.**

Pas un curieux. Pas un touriste.

Un lecteur qui **cherche activement** un livre comme le tien.

Exemples de bons mots-clés :

- “roman feel good été”
- “cahier de vacances CE1 2025”
- “journal de gratitude femme”

- “guide débutant dropshipping 2025”



Les mauvais mots-clés (à éviter)

- Trop larges : “livre”, “roman”, “ebook”
- Hors sujet : “gratuit”, “kindle unlimited”
- Non acheteurs : “comment écrire un livre” (à moins que tu vendes un guide sur ça)

Résultat : tu payes des clics pour des gens qui **ne cherchent pas ton type de livre.**

Où trouver des bons mots-clés ?

1. La recherche Amazon elle-même (gratuite)

Tape des mots-clés liés à ta niche et regarde les suggestions auto-complétées. Ce sont **les vraies recherches populaires des lecteurs**.

Astuce : fais-le en navigation privée pour ne pas fausser les résultats.

2. Les livres concurrents

Va sur les fiches des livres similaires au tien et regarde :

- Le titre
- La description
- Les mots-clés visibles dans le champ "À propos"
- Les suggestions "Les clients ont aussi acheté"

Souvent, tu trouveras des **termes que tu peux copier et tester**.

3. Outils externes (gratuits ou payants)

- **Amazon Suggestion Expander (extension Chrome)** : ajoute +10 idées quand tu tapes un mot
- **Publisher Rocket** : donne le volume de recherche + concurrence
- **Google Keyword Planner** : bon complément

Combien de mots-clés dois-tu utiliser ?

Pour une campagne manuelle :

- Commence avec **20 à 30 mots-clés bien ciblés**
- Pas besoin de 500 mots (ça dilue ton budget)

Tu peux les classer en 3 catégories :

1. **Très précis** (“cahier de gratitude femme 2025”)
2. **Semi-larges** (“journal de gratitude”, “livre développement personnel femme”)
3. **Ciblage concurrentiel** (ex : “livre Le pouvoir du moment présent”
→ pour apparaître sur cette fiche)

Format des mots-clés : large, expression ou exact ?

Amazon propose 3 types de correspondances :

Format	Exemple	Fonctionnement
Large	journal de gratitude	Ton livre peut apparaître pour “gratitude journal femme enfant”
Expression	“journal de gratitude”	Ton livre apparaît si cette phrase est contenue (avant/après ok)
Exact	[journal de gratitude]	Ton livre apparaît uniquement si la recherche est exactement “journal de gratitude”

Pour débiter, utilise “**expression**” et “**exact**” uniquement.

En résumé

- Un bon mot-clé = **une intention d'achat claire**
- Tu peux en trouver **gratuitement** en observant Amazon et tes concurrents
- Reste simple : **20 à 30 mots-clés bien ciblés valent mieux que 200 génériques**
- Choisis les formats **“expression”** et **“exact”** pour commencer
- Et surtout : **analyse ce qui fonctionne... et ajuste**

5

Comment savoir si ta campagne est rentable

Tu as lancé ta première campagne. Bravo !

Maintenant, une question te trotte dans la tête :

Bonne nouvelle : tu peux savoir ça **en quelques minutes** en regardant **les bons chiffres**.

Pas besoin d'être matheux, ni de faire un tableau Excel géant.

Les 3 chiffres à comprendre (et rien d'autre)

Quand tu ouvres ton tableau de bord Amazon Ads, tu vas voir plein de colonnes.

Mais ne te perds pas.

Tu n'as besoin que de **3 indicateurs** pour savoir si ça tourne bien :

1. Impressions = Visibilité

C'est le nombre de fois où ta pub a été affichée à des lecteurs.

Si ce chiffre est élevé (ex : 10 000 impressions), c'est que ta campagne est bien diffusée

Si c'est très bas (moins de 500), c'est que :

- ton enchère est trop faible
- ou tes mots-clés ne sont pas assez recherchés

2. CTR (Click Through Rate) = Attractivité

C'est le pourcentage de gens qui cliquent sur ta pub après l'avoir vue.

Formule : **clics ÷ impressions**

Un bon CTR, c'est **supérieur à 0,5 %**

(au-delà de 1 %, c'est très bien)

Si ton CTR est bas, c'est que **ta couverture ou ton titre ne donnent pas envie**

(oui, c'est là que l'emballage fait toute la différence)

3. ACOS (Advertising Cost of Sales) = Rentabilité

C'est l'indicateur le plus important.

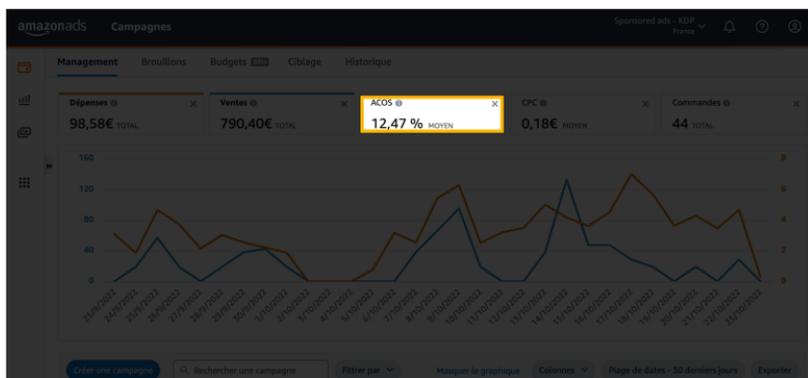
Il te dit combien tu dépenses en pub pour chaque euro gagné en vente.

Exemple :

- Tu dépenses 10 € en pub
- Tu vends pour 40 € de livres
- $ACOS = (10 \div 40) \times 100 = 25 \%$

Si ton ACOS est **inférieur à 60 %**, tu es souvent **rentable** (ça dépend de ta marge, mais c'est une bonne base)

Si ton ACOS est **au-dessus de 80 %**, tu perds probablement de l'argent



Attention : l'ACOS ne dit pas tout

Tu dois aussi penser à :

- **Les ventes organiques** déclenchées par la pub (effet boule de neige)
- **Les futurs lecteurs fidèles** (tu ne gagnes pas juste un achat, mais un fan)
- **Les pages lues** (si ton livre est en KDP Select)

Parfois, une campagne à 60 % d'ACOS peut être plus rentable qu'une à 30 %, si elle booste ton classement ou ton nombre d'abonnés Kindle.

OK... maintenant on fait quoi avec ces chiffres ?

Si ta campagne marche (ACOS bas + CTR correct) :

→ Tu peux **augmenter un peu le budget**

→ Et **dupliquer la campagne** pour tester d'autres variantes (nouveaux mots-clés, formats, etc.)

Si ta campagne ne marche pas :

Pose-toi ces questions :

1. **Est-ce que mes mots-clés sont trop larges ?**
2. **Ma couverture donne-t-elle envie de cliquer ?**
3. **Mon titre est-il clair et engageant ?**
4. **Mon prix est-il cohérent avec les autres livres de ma niche ?**

Et ensuite :

- **Coupe les mots-clés qui ne vendent pas du tout**
- **Augmente les enchères** sur ceux qui fonctionnent bien
- **Teste un nouveau visuel** si ton CTR est trop bas

En résumé

- **Impressions = visibilité** → trop bas = problème d'enchère ou ciblage
- **CTR = est-ce que ta pub attire ?** → améliore la couverture + titre si besoin
- **ACOS = rentabilité directe** → vise <60 % pour être rentable
- Optimise petit à petit → coupe les mots-clés pourris, booste ceux qui performement

6

Optimise comme un pro

Maintenant que tu sais créer une campagne et vérifier si elle est rentable, il est temps de **passer à l'étape d'après**.

Et rassure-toi : tu n'as pas besoin de devenir un gourou du marketing. Juste d'appliquer **quelques ajustements malins**, régulièrement. Des petits changements → de gros résultats.

A/B testing : le secret pour savoir ce qui vend vraiment

Tu hésites entre deux couvertures ?
Deux titres ? Deux types de livres dans une niche ?

Laisse **les chiffres décider pour toi**.

Comment faire un test A/B avec Amazon Ads :

1. **Duplique ta campagne**
2. Ne change qu'**un seul élément** (ex : visuel de couverture)

3. Laisse tourner les deux campagnes **au même budget**, pendant 7 à 10 jours
4. Compare : impressions, clics, ventes, ACOS

Exemple :

- Couverture A : CTR 0,4 %, ACOS 80 %
- Couverture B : CTR 1,2 %, ACOS 32 %
Gagnant clair.

Gérer tes enchères comme un stratège

Tu peux influencer **la fréquence et la position** de ton annonce grâce à tes enchères.

Mais attention : **plus tu paies par clic, plus Amazon t'affiche...**
...mais tu dois **garder un bon retour sur investissement.**

3 types d'enchères disponibles :

1. **Dynamique – uniquement à la baisse (recommandé pour débiter)**

Amazon baisse ton enchère si le clic semble peu probable → tu économises

2. **Dynamique – à la hausse et à la baisse**

Amazon peut augmenter ton enchère (jusqu'à +100 %) s'il pense que tu peux vendre

→ Potentiellement plus de visibilité, mais plus de risque

3. Fixe

Tu gardes le même prix au clic, peu importe la situation. Utile si tu veux garder le contrôle total.

Astuce :

Augmente **manuellement** l'enchère sur tes meilleurs mots-clés (+0,10 € par exemple)

Baisse ou coupe ceux qui ont **>50 clics et 0 vente**

Mots-clés négatifs : coupe ce qui te fait perdre de l'argent

Amazon va parfois afficher ton livre pour **des recherches sans rapport**, surtout dans les campagnes automatiques.

Exemples :

- Tu vends un cahier pour adultes → ta pub s'affiche pour "cahier maternelle"
- Tu écris un guide payant → Amazon te met sur "livre gratuit"

Résultat : tu payes des clics pour des gens **qui n'achèteront jamais**

Solution : les mots-clés négatifs

Ce sont des termes que tu exclues volontairement.

Comment faire :

1. Va dans ta campagne

2. Clique sur “**termes de recherche**”
3. Repère les mots qui :
 - ont plein de clics
 - mais aucune vente
4. Clique sur “ajouter en mot-clé négatif” → Amazon ne te montrera plus sur cette recherche

Bonus : structure ta campagne pour y voir clair

Quand tu as plusieurs livres, ou plusieurs tests en cours, ça peut vite devenir un bazar.

→ Utilise une **structure de nommage claire** pour tes campagnes :

Exemple :

- “Gratitude Journal – Auto – Juin 2025”
- “Roman Suspense – ASIN – Test Titre V2”

Ce que tu dois retenir

- **Teste toujours** une seule chose à la fois (A/B testing)
- **Monte les enchères** sur ce qui marche → baisse ou coupe le reste

- **Élimine les recherches inutiles** avec les mots-clés négatifs
- Ne cherche pas la perfection → cherche la **progression semaine après semaine**

7

Scaler tes campagnes et vendre 10x plus

Tu as une campagne qui tourne bien ?

T'as trouvé un ou deux mots-clés qui te rapportent plus qu'ils ne te coûtent ?

Parfait. C'est maintenant que **les choses sérieuses commencent.**

Mais pour ça, **pas besoin d'exploser ton budget.**

Ce que tu veux, c'est **scaler intelligemment** :

vendre plus

dépenser mieux

et faire croître ton catalogue de livres comme un vrai pro

1. Identifie tes campagnes (ou mots-clés) gagnants

Avant de scaler, tu dois savoir **ce qui fonctionne déjà.**

Ouvre ton tableau de bord Amazon Ads

Classe tes campagnes ou mots-clés par **ACOS (croissant)**

Repère ceux qui ont :

- un ACOS **inférieur à 50 %**

- **plus de 10 clics et au moins 1 vente**
- un bon **CTR (>0,5 %)**

C'est ton **point de départ**. C'est là-dessus que tu vas construire ta machine.

2. Duplique ta campagne (et spécialise-la)

Plutôt que d'augmenter brutalement le budget, fais plus malin :

Duplique la campagne gagnante

Réduis le ciblage : ne garde **que les mots-clés les plus performants**

Tu transformes une campagne généraliste en **campagne de sniper**.

Exemple :

Tu avais une campagne auto → tu vois que le mot-clé "journal de gratitude femme" fait 80 % de tes ventes

→ Tu crées une **campagne manuelle avec uniquement ce mot-clé en ciblage exact**

Résultat :

- Plus de contrôle
- Meilleure rentabilité
- Amazon te récompense avec plus d'impressions (et parfois des clics moins chers)

3. Augmente progressivement le budget

Tu veux scaler ? Très bien. Mais **pas d'un coup**.

Si une campagne est rentable sur 5 €/jour → passe à 7 €

Puis à 10 € la semaine suivante

Jamais +50 % d'un coup, sinon Amazon réinitialise son “pacing” et ça peut tout flinguer

Règle d'or : augmente le budget seulement si la campagne est stable depuis au moins 7 jours.

4. Applique les mêmes stratégies à d'autres livres

Tu veux vraiment scaler ? Ne mise pas tout sur un seul livre.

Réplique la structure gagnante sur **un autre livre de ton catalogue**

Si t'as une méthode qui marche pour ton cahier de gratitude, essaie-la sur ton guide d'organisation, ou ton journal de lecture

Le but : que **chaque livre devienne une mini-machine à cash autonome**

Et là, tu commences à construire un vrai **portefeuille de revenus publicitaires**.

5. Suis ta progression avec un tableau simple

Tu n'as pas besoin d'un outil complexe.

Un Google Sheet ou Notion suffit.

Colonne après colonne :

- Nom de la campagne
- Budget
- Clics / Ventes

- ACOS
- ROAS
- Modifications apportées
- Date de scaling

Cela te permet de **voir ce qui évolue** et d'éviter d'oublier pourquoi tu as modifié tel ou tel truc.

Campagne	Budget (€ / jour)	Clics	Ventes (€)	ACOS (%)	ROAS	Modifications	Date
Roman Suspense – Auto – Juin 2025	5	150	75	66	1.50	Création, auto –	01/06/2025
Roman Suspense – Mots-clés – V1	5	200	120	41	2.40	Passage en mar	08/06/2025
Roman Suspense – Mots-clés – V1	8	320	256	31	3.20	Scaling budget (15/06/2025
Cahier Gratitude – ASIN – Test V2	5	180	100	50	2.00	Ciblage ASIN su	02/06/2025

Exemple concret : mon cas réel

Sur un de mes livres, j'ai lancé une campagne automatique à 5 €/jour.
Au bout de 10 jours, je repère **2 mots-clés ultra-rentables**.

- Je duplique la campagne
- Je mets ces mots-clés en ciblage exact
- J'augmente le budget à 8 €
- Résultat : ACOS divisé par 2, ventes multipliées par 3

Et tout ça **sans toucher à la première campagne**. Juste en construisant par-dessus.

Ce que tu dois retenir

- **Scalabilité = stabilité + duplication intelligente**
- Ne touche pas trop vite à une campagne qui marche
- Construis ton écosystème pub **livre par livre**
- Suis ton budget, ton retour, et tes gains calmement
- Et surtout : **sois patient** → le scaling, c'est progressif mais exponentiel

8

Étude de cas : comment j'ai obtenu 1221 % de ROAS

Tu te souviens ?

Je t'ai dit plus tôt que j'avais réussi à transformer **1 € en 14,21 €** de ventes publicitaires sur un seul livre.

Ce chapitre, c'est le **making-of complet**.

Pas de bullshit, pas de promesse en l'air.

Juste **des chiffres réels, une stratégie simple, et une exécution propre**.

Le contexte

Livre concerné : un roman auto-édité dans la niche "thriller psychologique"

Objectif : relancer les ventes d'un livre qui stagnait depuis plusieurs semaines

Budget de départ : 5 €/jour

Durée de la campagne : 2 mois et demi

Type de campagne : Sponsored Products (manuelle)

Étape 1 – Lancement de la campagne initiale

Type : campagne automatique

Cible : tester les mots-clés que l'algorithme choisit naturellement

Durée : 7 jours

Objectif : collecter des **termes de recherche rentables**

Résultat : 3 mots-clés qui ont généré des ventes dès la première semaine

Étape 2 – Passage en campagne manuelle ciblée

J'ai dupliqué la campagne et créé une **campagne manuelle mots-clés exacts**.

Nombre de mots-clés ciblés : 7

Format : ciblage "expression" + "exact" uniquement

Exemples de mots-clés gagnants :

- "thriller psychologique roman français"
- "polar français suspense"
- "livre style Franck Thilliez"

J'ai laissé tourner la campagne **sans toucher à rien pendant 7 jours**

Résultat : 6 ventes pour 14 € de dépense → ACOS = 28 %

Étape 3 – Optimisation et scaling progressif

Une fois que j'ai repéré les **mots-clés les plus rentables**, j'ai :

- **coupé** ceux avec > 30 clics et 0 vente
- **augmenté** l'enchère de 0,10 € sur les mots-clés rentables
- **passé le budget de 5 € à 7 €, puis 10 €**

Résultat sur le mois suivant :

- **Dépense totale** : 39,85 €

- **Revenus générés via Amazon Ads** : 486,78 €
- **ROAS final** : 12,21
- **ACOS** : 8,2 %

Ce qui a fait la différence

Voici ce qui, selon moi, a permis cette performance :

1. Un ciblage chirurgical

J'ai éliminé les mots-clés vagues, et je me suis concentré uniquement sur **des termes très précis** et liés à ma niche.

2. Un visuel accrocheur

Ma couverture a été retravaillée en amont.

→ **CTR** : 1,1 %, ce qui est très bon.

3. Un prix adapté

J'ai testé différents prix et j'ai trouvé le bon combo entre "pas trop cher" et "perçu comme qualitatif".

Prix final : 6,90 € en numérique

4. Patience + discipline

Je n'ai **pas touché aux campagnes tous les jours**.

Je faisais un point **tous les 7 jours**, jamais avant.

Ce que j'ai mal fait au début (et que tu peux éviter)

- J'ai attendu **trop longtemps** avant de passer en campagne manuelle
- J'ai gardé trop de mots-clés "moyens" pendant un moment (par peur de perdre des clics)
- J'ai oublié d'ajouter des **mots-clés négatifs** les deux premières semaines

Ce que tu dois retenir

- Tu n'as pas besoin de **100 € par jour** pour avoir des résultats puissants
- Tu dois **tester, cibler, et affiner chaque semaine**
- Tu n'as pas besoin de centaines de mots-clés → **les bons mots suffisent**
- **Scalabilité = spécialisation + discipline**

BONUS : Mes modèles de campagnes Amazon Ads prêts à copier

Tu veux aller droit au but ?

Tu n'as pas envie de réinventer la roue à chaque nouveau lancement ?

Tu as raison.

Dans ce chapitre, je te partage **les modèles exacts** que j'utilise pour mes propres livres.

Tu peux les **copier-coller**, les adapter à ton cas... et lancer ta campagne en 5 minutes.

Modèle 1 : Campagne Automatique de Départ (détection)

Paramètre	Valeur recommandée
Type de campagne	Sponsored Products – Automatique
Budget quotidien	5 €
Enchère	0,25 €
Enchères dynamiques	Uniquement à la baisse
Durée recommandée	7 à 10 jours

Conseil : laisse tourner sans y toucher pendant 7 jours.

Ensuite, consulte les **termes de recherche** et isole ceux qui génèrent des clics + ventes.

Modèle 2 : Campagne Manuelle Ciblée – Mots-clés gagnants

Paramètre	Valeur recommandée
Type de campagne	Sponsored Products – Manuelle
Ciblage	Mots-clés
Format de correspondance	Expression + Exact
Nombre de mots-clés	10 à 20 max (testés et triés)
Budget	5 à 10 €
Enchères	0,30 € pour démarrer
Enchères dynamiques	Uniquement à la baisse

Ces campagnes ont souvent le **meilleur ROAS**.

Astuce : fais-en **une par livre**, pour bien tracker les résultats.

Modèle 3 : Campagne ASIN – Vol de trafic ciblé

Paramètre	Valeur recommandée
Type de campagne	Sponsored Products – Manuelle
Ciblage	Produits (ASINs)
Sélection des ASINs	5 à 10 livres concurrents
Budget	5 € à 7 €
Enchère	0,35 € (à ajuster après 5 jours)

Astuce : choisis des livres avec une **couverture moins pro** que la tienne → tu captes leur trafic.

[À insérer ici : tableau fictif avec ASINs, budget, clics, ACOS]

Modèle 4 : Campagne de relance d'un ancien livre

- Combine une campagne automatique + une campagne manuelle
- Réduis le nombre de mots-clés à ceux **ultra pertinents**
- Ajoute une **nouvelle couverture si nécessaire**
- Prends le temps d'**ajuster le prix temporairement** (ex : 2,99 € au lieu de 6,90 €)

Astuce : si ton CTR est trop bas (< 0,3 %), **change ton visuel**.

Modèle 5 : Pack de lancement express (nouveau livre)

Campagne	Type	Budget
Campagne Auto	Automatique	5 €
Campagne Manuelle – mots-clés ciblés	Manuelle	7 €
Campagne ASIN – concurrents directs	Manuelle	5 €

3 campagnes = 17 € / jour → tu peux ajuster selon ton budget
À lancer pendant **les 10 premiers jours après publication**

En résumé

- Tu peux **copier ces modèles** pour tester, vendre, et scaler
- L'important, ce n'est pas la quantité → c'est **la clarté et l'intention de chaque campagne**
- Tu peux adapter ces stratégies à **tous tes livres**, même les plus anciens
- **Test + analyse = succès long terme**

Et voilà. Tu es désormais équipé pour :

Créer

Lancer

Optimiser

Scaler

...et surtout, **vendre plus intelligemment** sur Amazon grâce à la publicité !