

Kevin *Michozounnou.*

PERFORMANCE MARKETING • META ADS • SHOPIFY • CRO

J'aide les marques e-commerce à augmenter leur chiffre d'affaires grâce à une combinaison de publicité Meta, d'optimisation de la conversion et d'une approche pilotée par la donnée.

Email hello@...

Tél +33 ...

LinkedIn [/kevin-michozounnou](https://www.linkedin.com/company/kevin-michozounnou)

Web kevin-michozounnou.fr

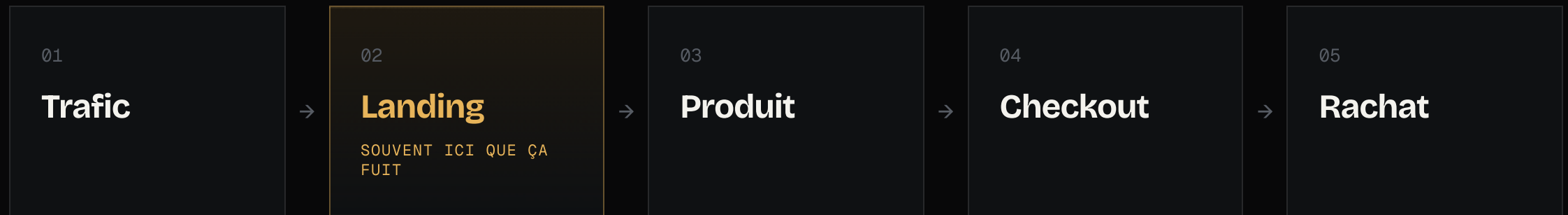


J'ai débuté en créant des boutiques Shopify **pour des e-commerçants**. Des dizaines. Et j'ai vite constaté une évidence que personne n'assumait : **une boutique, même parfaite, ne vend rien toute seule.**

Le nerf de la guerre, c'est l'acquisition — amener des clients, et de façon rentable. Alors je me suis formé auprès de **l'un des plus grands media buyers d'Europe, Alex Callen**, et j'ai bâti mon expertise sur le terrain : Meta Ads, CRO, tracking, données.

Depuis, j'ai piloté l'acquisition de marques e-commerce, de campagnes de **génération de leads** et d'**infopreneurs**. Aujourd'hui, j'optimise chaque euro entre la dépense et l'encaissement.

Je ne lance pas des
campagnes.
Je construis des *systemes de
croissance.*



Là où j'ai fait mes preuves.

01

E-commerce

Marques DTC : scaler la pub sans casser la marge, du premier clic jusqu'au rachat.

02

Génération de leads

Remplir le pipe avec des leads réellement qualifiés, à un coût maîtrisé et mesuré.

03

Infopreneurs

Formations & offres : sortir des lancements en dents de scie pour un flux continu.

Tout le tunnel, pas juste la pub.

ACQUISITION

Meta Ads

TikTok Ads

Pinterest Ads

Lookalike / Broad

Scaling

Retargeting

CRO

Heatmaps

Pages produit

Funnels

Checkout

AOV / Upsells

TECHNIQUE

Shopify / Liquid

HTML · CSS · JS

Tracking / Pixels

GTM · GA4

API Conversions

DATA & SOFT

Analyse data

Documentation

Copywriting

Autonomie · Remote

Communication

Un process, pas de la chance.

01

Diagnostic

Je cartographie l'acquisition et je repère où l'argent fuit entre la pub et la vente.

02

Analyse

Data, tracking, tunnel : je mesure ce qui rentre vraiment, pas ce que la plateforme s'attribue.

03

Tests

Angles, créatives, pages, offres — je teste des hypothèses, pas des intuitions.

04

Optimisation

Je garde ce qui marche, je coupe le reste, j'améliore chaque maillon du tunnel.

05

Scale

Une fois le système rentable et prévisible, on augmente le budget sans casser la marge.

Staresia Paris

SITUATION DE DÉPART

A commandé et testé plusieurs créatives sur le marché du shapewear sans succès.

CE QU'ON A MIS EN PLACE

- › Pack créa avec la méthode CREA
- › Mise en place du process de test sur 3 semaines
- › Identification de ce qui marche

18 000 € investis → 56 000 € de CA généré.

18 000 € dépensés en ads pour générer 56 000 € de CA.

To... Rappor S Sarenia 1... Certaines modifications n'ont pas été enregistrées. Données actualisées il y a moins d'1 minute. Enregistrer Activer					
A été diffusé Recherchez par nom, ID ou filtre 1 juin 2025 – 10 juin 2025					
Tableau croisé dynamique Groupes des répartitions Réinitialiser la largeur des colonnes Format Personnaliser					
Nom du compte	Couverture	Impressions	Répétition	Montant dépensé	Paramètre d'attribution
Sarenia	306 215	697 311	2,28	6 097,76 €	Paramètres d'attribution ...
Résultats (totaux)	306 215	697 311	2,28	6 097,76 €	Paramètres d'attribution ...
comptes de l'Espace Comptes		Total	par compte de l'Espace Comptes	Total dépensé	Paramètres d'attribution ...

Noraske

SITUATION DE DÉPART

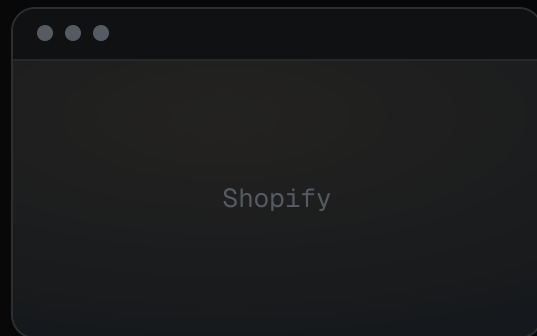
Refonte complète de sa boutique pour la passer à une vraie marque qui domine en COD.

CE QU'ON A MIS EN PLACE

- › Mise en place de la stratégie créative
- › Application de la méthode CREA
- › Test avec seulement 10 € d'investissement publicitaire

0 à 100 k FCFA de ventes en un jour de testing avec nos créas.

100 000 FCFA de ventes en 1 jour de test.



Lakerain

SITUATION DE DÉPART

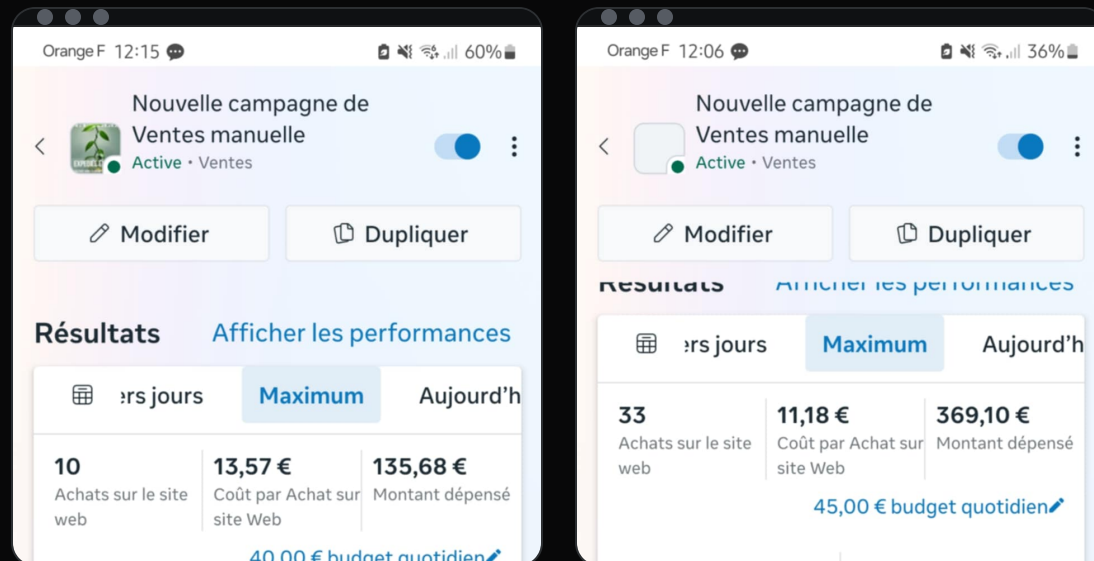
A testé plus de 100 créatives sans trouver une créa qui marche.

CE QU'ON A MIS EN PLACE

- › Fourniture du pack créa (vidéo + statique)
- › Conseil sur plusieurs éditions successives
- › Identification de l'angle qui convertit

De 35 € à +7 000 € de CA avec les créas fournies.

Passage de 35 € à +7 000 € de CA — résultat obtenu par le client sur sa propre diffusion publicitaire, avec nos créatifs et nos conseils (pas de gestion des campagnes de notre côté).



Griffe d'Amour

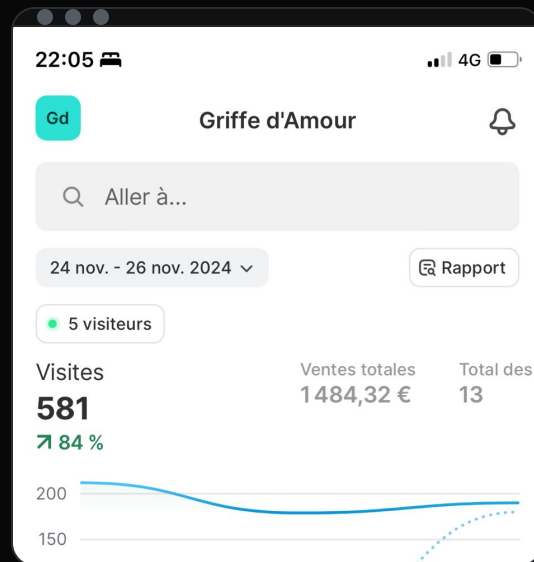
SITUATION DE DÉPART

Boutique e-commerce vendant des produits pour chats sur un marché très concurrentiel.

CE QU'ON A MIS EN PLACE

- › Mise en place de la stratégie créative adaptée au marché des produits pour chats
- › Application de la méthode CREA pour se démarquer de la concurrence

Stratégie créative performante sur un marché concurrentiel.

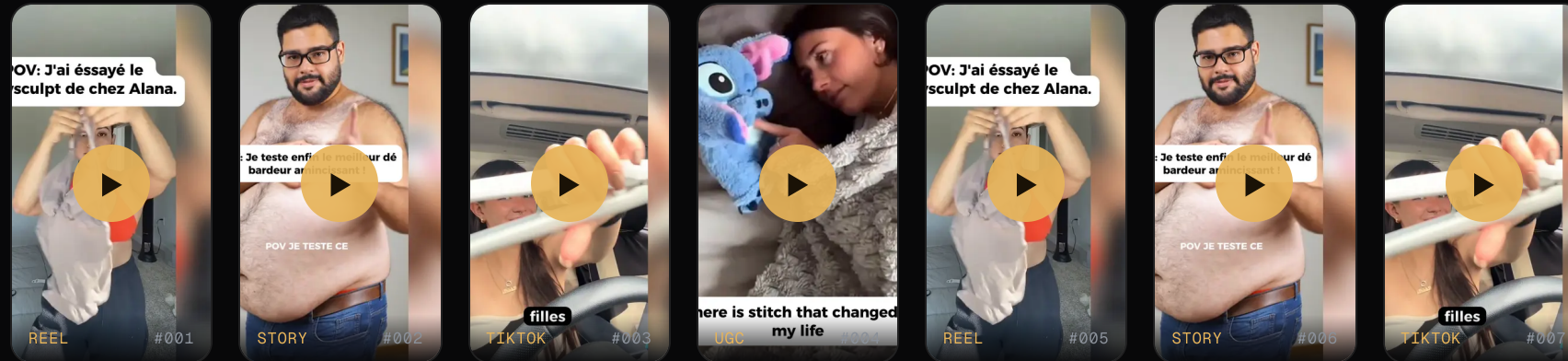


[06B] CRÉATIFS

La créa qui fait passer à l'acte.

Vidéo, UGC, statique — des centaines de créatives testées, angle par angle.

► CRÉATIFS VIDÉO · UGC



□ CRÉATIFS IMAGE · STATIQUE



Les chiffres parlent mieux que moi.

**0 à 100 k FCFA de
ventes en un jour de
testing avec nos
créas.**

NORASKE

**Stratégie créative
performante sur un
marché
concurrentiel.**

GRIFFE D'AMOUR

**De 35 € à +7 000 € de
CA avec les créas
fournies.**

LAKERAIN

**+879 000 FCFA de
ventes en 2 jours
avec 6 000 FCFA
investis (10 €).**

LOVE

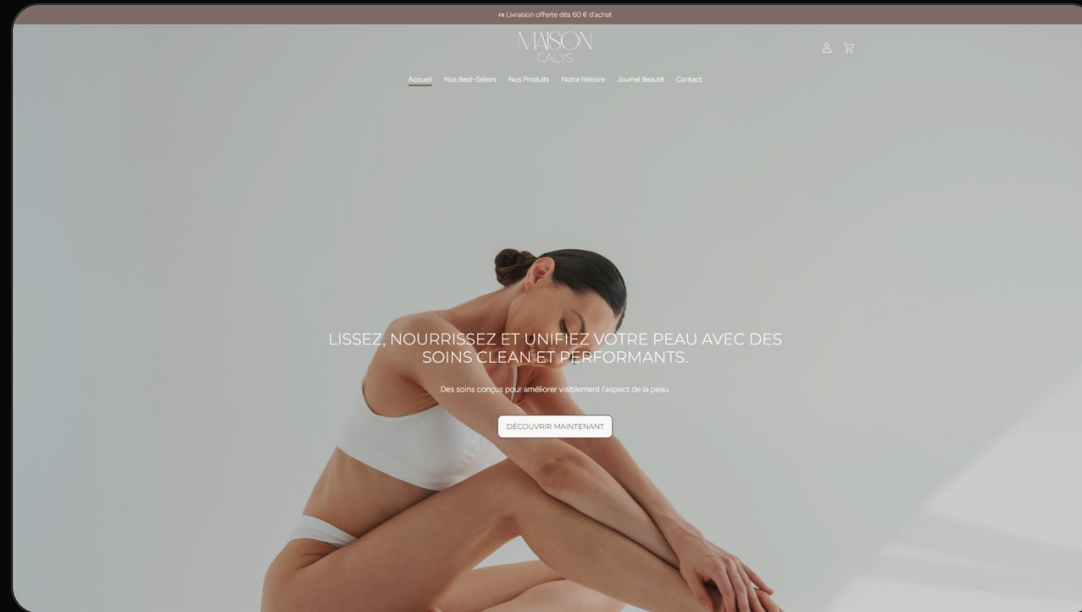
**18 000 € investis →
56 000 € de CA
généré.**

STAREZIA PARIS

**+10 000 € de CA avec
20 €/jour sur un
produit à 35 €.**

LABO 540

Avant / après.



Copywriting

Titre vague (« soins clean et performants ») remplacé par une promesse concrète et un bénéfice émotionnel clair.



Preuve & urgence

Rituel en 2 gestes, offre limitée et compte à rebours ajoutés pour déclencher la décision.

Preuve sociale

Avis clients et résultats avant/après remontés dès la home, plus relégués en bas de page.

Ce qu'ils en disent.

● WHATSAPP

« On testait des créas au hasard depuis des mois. Avec la méthode CREA, la première salve a fait x3 sur le taux de clic. »

– Aïcha, e-commerce COD

● LINKEDIN

« Kevin a repéré en un appel que notre problème n'était pas la pub mais la page produit. Ça a tout débloqué. »

– Julien, DTC shapewear

● MESSENGER

« Zéro jargon, juste un plan clair : quoi tester, dans quel ordre, et pourquoi. »

– Marion, produits pour animaux

Je ne suis pas *qu'un* *Media Buyer.*

✓ Le tunnel

✓ Les créatives

✓ Shopify

✓ Les données

✓ Le tracking

✓ Le business

C'est cette vue d'ensemble qui me
permet d'identifier vite les *vrais leviers*
de croissance.

Disponible pour *échanger.*

Tél +33 ...

Mail hello@...

LinkedIn /kevin-michozounnou

Réserver un appel →

