

User Acquisition 2026

**Comment l'IA et la fin du ciblage traditionnel
redéfinissent la croissance**

Nathan Auda | Telecom Valley, Azur Tech Summer | 2 juillet 2026



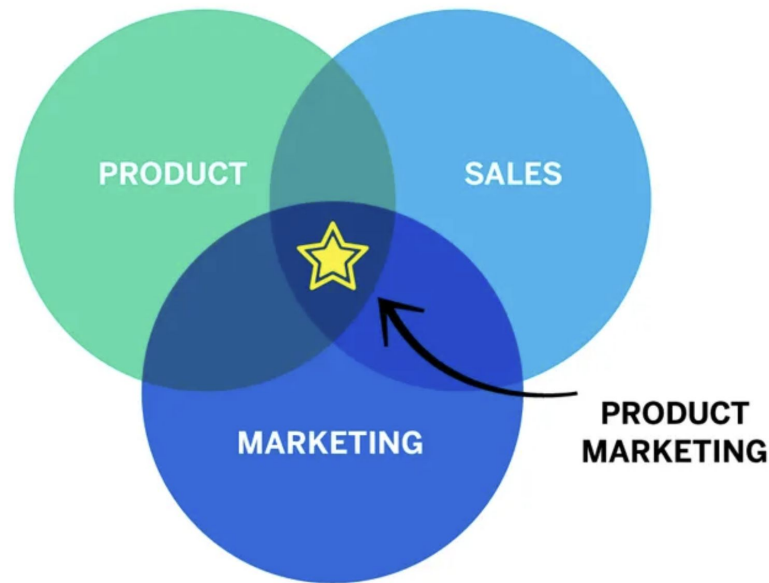
NATHAN AUDA

**PRODUCT MARKETING EXPERT
TECH & GAMING**

Tencent 腾讯



ACTIVISION®



*Le lien entre les utilisateurs et les équipes tech:
remonter ce que le marché veut vraiment pour orienter le produit,
et connecter la bonne proposition de valeur à la bonne audience
pour la convertir.*

AZUR TECH Summer

Le Paradoxe de l'IA

L'IA facilite la création de nouveaux produits et booste la productivité.

MAIS plus de produits rivalisent pour les mêmes audiences.



Il est exponentiellement plus difficile de se démarquer.

Le goulet d'étranglement s'est déplacé de la production vers l'attention,
et requiert un marketing plus performant pour émerger.

Mobile Gaming: un laboratoire à la pointe du Paid UA

Volume d'investissement

x

Profusion de données

GaaS

=

Game as a Service

25 Md\$

UA mobile gaming en 2025
(+3.8% YoY)

32%

des 78 Md\$ toutes app
confondues

4X

plus d'événements traqués par
session et device vs B2B
SaaS

Capter l'attention coûte de plus en plus cher

+23 %

de jeux en 2024 YoY

-12 min par jour

de temps d'écran en 2025,
recul vs Réseaux Sociaux
& Streaming

+61%

Paid-to-Organic Ratio
en 2025

2,07 → 3,33

+30%

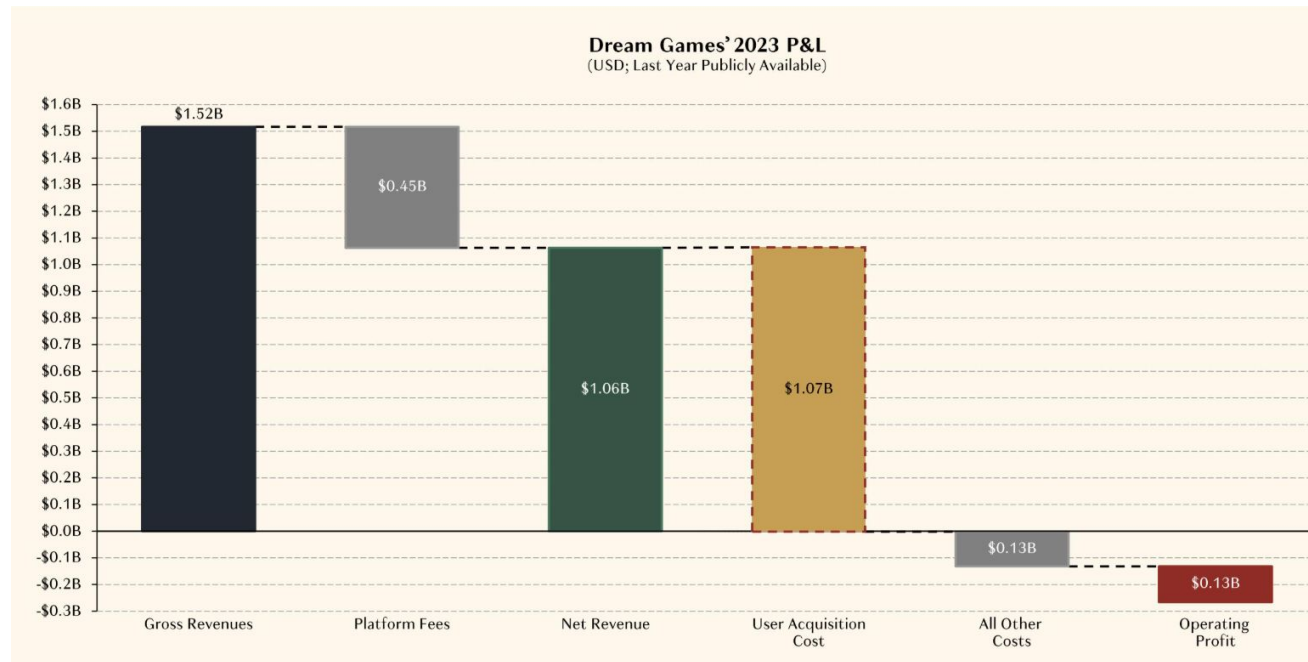
Cost per Install (CPI)

0,43\$ → 0,56\$

La découverte organique s'effondre.

Le ratio LTV/CPI (equivalent du LTV/CAC en B2B) devient l'enjeu central.

Royal Match: 1.06Md\$ de revenu net pour 1.07Md\$ de UA



L'ancien playbook Paid UA

CIBLAGE FIN

- Micro-ciblage des utilisateurs à forte LTV (baleines)
- Via Lookalike & centres d'intérêts

ENCHÈRES MANUELLES

- Manual Bidding min & max par campagne et par audience
- Automatisation progressive (App Campaigns)

CRÉAS SOIGNÉES

- Faible nombre d'assets
- Coûteux et soignés
- Briefés par le Brand, réutilisés partout (UA, Stores, Web)

L'ATT d'Apple signe la fin du micro-ciblage

Avril 2021

App Tracking Transparency

(iOS 14.5)

IDFA inaccessible par défaut



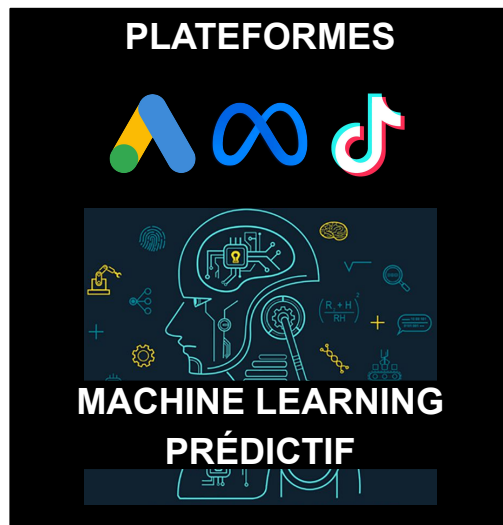
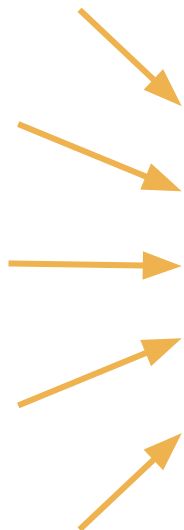
IDFA accessible par défaut
Ciblage individuel possible

Saturation du marché
CPI en hausse
Organique en chute

Le ciblage migre vers les plateformes

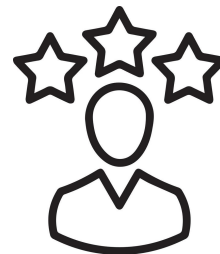
**3000+
signaux**

Device
Lieu
Time factor
In-Market
Affinité
Historique de navigation
Comportement
...



Smart Bidding

100 millisecondes



Utilisateur qualifié

- Hors de portée du micro-ciblage
- Enchère individuelle
- Optimisation en temps réel



Combiné au Broad match, le Smart Bidding génère en moyenne 25 % de conversions supplémentaires et 12 % de valeur de conversion en plus.

- Big Eye Agency [Google Ads Bid Adjustments in 2026](#)
- Google Ads [Grow your Smart Bidding campaigns with broad match](#)

Le Playbook Paid UA 2026

LEVIER 1

LES SIGNAUX

LEVIER 2

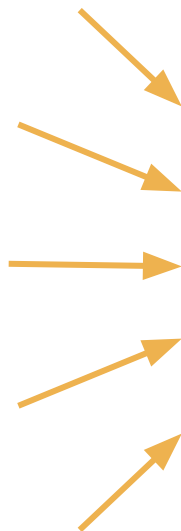
LA CRÉA

LEVIER 1 Nourrir l'algorithme

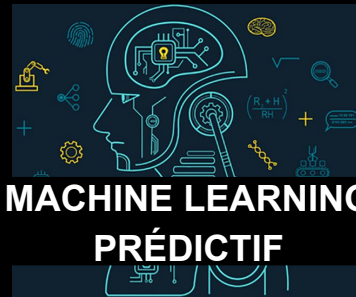
1. VOLUME

2. FIABILITÉ

3. PROFONDEUR



PLATEFORMES



MACHINE LEARNING
PRÉDICTIF

Envoyer un maximum de signaux profonds et bien traqués
pour capter une audience à forte LTV, pas des curieux

LEVIER 2 La créa, dernier bastion que vous contrôlez

**UTILISER L'IA POUR
PRODUIRE PLUS VITE
TESTER PLUS VITE
ET PLUS INTELLIGEMMENT
QUE SES CONCURRENTS**

LEVIER 2 La créa, dernier bastion que vous contrôlez

UTILISER L'IA POUR

1-

PRODUIRE PLUS VITE

2-

TESTER PLUS VITE

3-

ET PLUS INTELLIGEMMENT

QUE SES CONCURRENTS

1. Produire Plus Vite

L'IA générative couvre tout le spectre de la production créative

Idéation & Storyboard

Brainstorming de concepts,
itération de storyboard

Génération d'assets video

Static animé, UGC, avatars
synthétiques, voix off

Redimensionnement

Ratios et dimensions par
plateformes, recomposition
intelligente

Localisation

Traduction, génération de voix
off multilingue, adaptation des
textes à l'écran

Itération

Variations de concepts pour A/B
tests (séquences, accroches,
couleurs, créateurs...)

Playable Ads

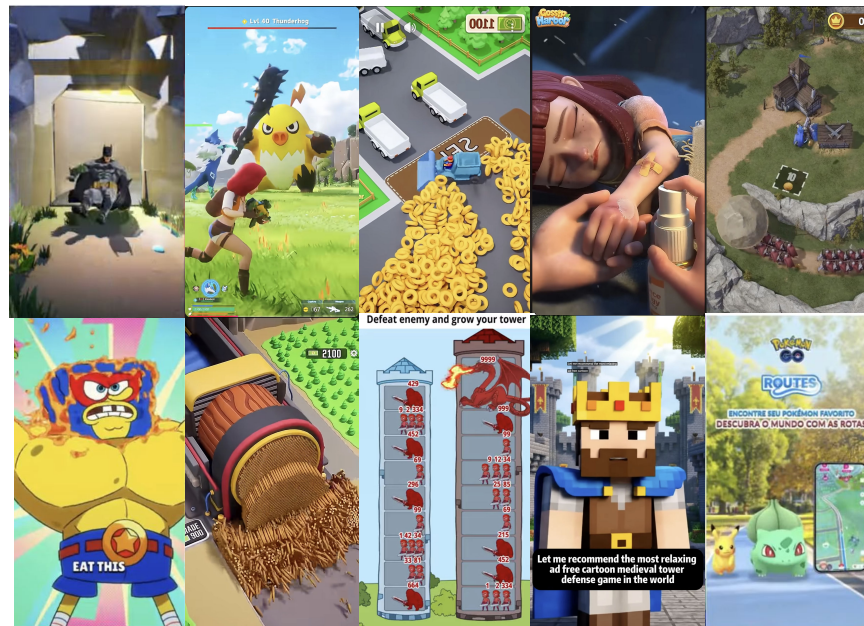
Codage et variations des
mini-jeux plus rapide

1. Produire Plus Vite

L'IA générative couvre tout le spectre de la production créative

2500 Créas

par trimestre en moyenne en 2025
chez les top annonceurs gaming
(+30% YoY, 2025)



2. Tester Plus Vite

Le volume de test prime sur l'intuition !

- Déploiement automatisé: les créas sont ajoutés dans un pool d'asset, la plateforme teste et alloue en toute autonomie
- Une poignée de créas concentre la quasi-totalité de la dépense (2% vs 50%), et c'est souvent contre-intuitif (format brut, authentique, ressorts émotionnels)
- La fatigue créative = quelques jours à quelques semaines. La créa perd de son efficacité une fois surexposée.

L'avantage va aux équipes qui testent vite,
pas à celles qui cherchent l'idée géniale.

3. Produire et Tester plus Intelligemment

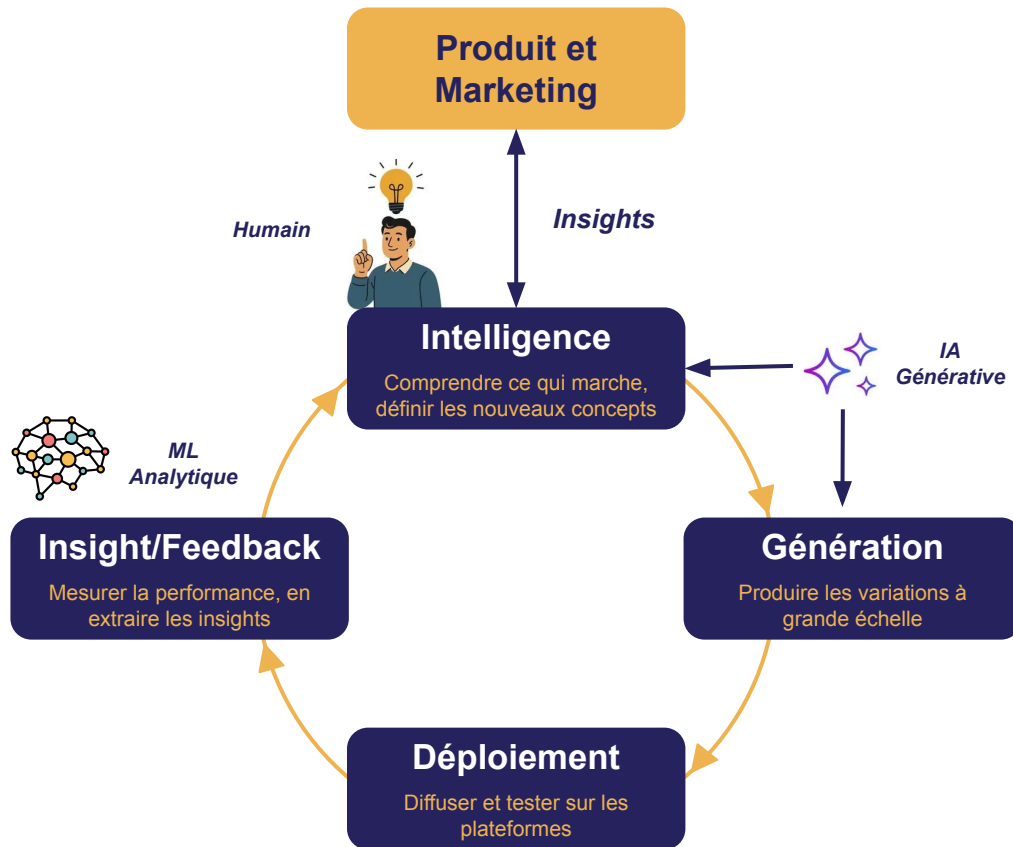
Le défi se déplace de la production à l'utilisation

- Comment tirer les insights de 2 500 tests ?
- Comment réutiliser ces insights pour les créas suivantes ?
- Comment éviter de tout recommencer de zéro à chaque campagne ?

3. Produire et Tester Plus Intelligemment

- Chercher le prochain enseignement au lieu de chercher la créa gagnante
- Insights/Feedback: Computer vision et Natural Language Processing (NLP) analysent chaque asset (hook, format, registre émotionnel, CTA, voix offs) et les corrélient aux données de performance pour faire remonter les attributs créatifs qui gagnent vraiment
- Ces insights réalimentent l'idéation, mais aussi le Produit et le Marketing (nouvelles propositions de valeurs, features...)
- Et l'Humain est toujours là ! Il prend les décisions et propose les concepts.

Un système créatif efficace et auto apprenant grâce à l'IA



Les nouvelles solutions pour créer ce système

Full Stack Solutions

Le système complet qui couvre toute la boucle



Outils de création vidéo

Spécialisés en génération d'assets, sans couche d'insights



Outils de création playable

Format encore immature, l'IA ne maîtrise pas de bout en bout



Et concrètement,
chez vous?

Transposer le principe, pas la tactique

L'avantage ne vient plus du ciblage, ni du volume de créas,
il vient de la vitesse d'apprentissage

⇒ Meilleur pipeline de signaux → la machine optimise mieux

⇒ Boucle de tests auto apprenante → chaque itération enseigne la suivante

LEVIER 1 Nourrir l'algorithme

Le vocabulaire change, la logique reste la même: Volume, Fiabilité, Profondeur

	Signaux Gaming B2C	Signaux B2B SaaS & Tech
Haut de funnel Acquisition, visibilité	Impressions (CPM), clics (CTR), installs (CPI)	Impressions (CPM), clics (CPC), sessions qualifiées
Milieu de funnel Activation, engagement	Tutoriel complété, Retention D1 - D7, progression (niveau 20, 30), temps de jeu moyen,	MQL, taux de conversion lead, engagement contenu (démonstration demandée, webinar, téléchargement)
Bas de funnel Monétisation, revenu	Joueur payant, ARPPU, retention D30 - D365, LTV, ROAS	SQL, taux de closing, cycle de vente moyen, CAC, LTV

LEVIER 2 Un système créatif efficace et auto apprenant

La proposition de valeur comme système en 5 étapes B2B

1

Pipeline de signaux revenu

Relier chaque lead, opportunité, deal signé à sa campagne et à son segment.

CRM + marketing automation connectés aux plateformes.

Optimiser vers le revenu, pas le volume de leads.

2

Backlog d'hypothèses

Lister les messages à tester : quelles douleurs, quelles preuves, quels formats, pour quel segment ICP.

Remplace l'intuition par une file d'attente structurée.

3

Cadence de test

Un flux continu de tests sur les canaux qui ont du volume.

4

Rituel d'alignement

Réunion bimensuelle marketing, sales, product pour regarder les résultats des tests et décider quelles hypothèses on scale, lesquelles on retire, et ce qu'on remonte à la roadmap.

5

L'IA comme accélérateur

Générer les variantes de message à tester, synthétiser les signaux qualitatifs : transcripts d'appels, analyses win-loss, verbatims clients.

Parlons-en

Nathan Auda | Product Marketing Expert Tech & Gaming

Linkedin: www.linkedin.com/in/nathan-auda-product-marketing/

Email: nathan.auda.09@gmail.com