Abrar IT Care · AIC official release

22 phases · 4 engines

Meta Andromeda AI architecture

New Product Meta Ads Success Blueprint

Research → Creative Signals → Campaign Signal → Conversion Signal → Meta Learning → Performance Data → Optimization → Scaling → LTV

নতুন Product বা Business-এর Meta Ads চালানোর সবচেয়ে বড় ভুল হলো প্রথমেই Ads Manager খুলে Campaign বানানো। সঠিক কাজ হলো আগে একটি Business + Marketing + Data System তৈরি করা, তারপর advertising শুরু করা।

RESEARCH × OFFER × CREATIVE × DATA × DECISION × RETENTION = GROWTH SYSTEM

Abrar IT Care (AIC) · Led by Abu Talib · WhatsApp 01321990066 · abraritcare@gmail.com

PHASE 01 · THE MONEY ENGINE STARTS HERE

Business economics first

Know what one sale is worth before you spend on ads. A rule like "stop the ad if CPA is above ৳200" is meaningless without your own numbers: decide on economics first, ad metrics second.

WORKED EXAMPLE (PER ORDER)	৳
Selling price / AOV	2,000
Product cost (COGS)	700
Packaging	100
Delivery	150
Payment / COD fee	50
Returns and other variable costs	200
Margin before ads = break-even CPA	800

FORMULAS

Break-even CPA = price − all costs per order

Break-even ROAS = price ÷ break-even CPA (here 2.5x)

Healthy CPA = 50% of margin (৳400, ROAS 5x)

Aggressive scale CPA = 75% of margin (৳600, ROAS 3.33x)

MONTHLY FORECAST · 300 ORDERS AT HEALTHY CPA

Revenue ৳6,00,000

Ad budget −৳1,20,000

Product & delivery −৳3,60,000

Net contribution +৳1,20,000

Run your own numbers in the free calculator: https://abrar.academy/it-care-services/#meta-ads-blueprint

EXECUTION ROADMAP

The 22 phases

From economics to lifetime value, in the order that protects your budget.

01 **Business Economics** ECONOMICS
বিজনেস ইকোনমিক্স আগে ঠিক করুন

Work out unit economics and break-even limits before launching a single ad. Decide on economics first, ad metrics second.

02 **Product & Market Validation** VALIDATION
প্রোডাক্ট ও মার্কেট ভ্যালিডেশন

Check the pain the product solves and what makes it different, and study competitor reviews, complaints and hooks.

03 **Customer Research / Avatar Intelligence** VALIDATION
কাস্টমার রিসার্চ ও অবতার ইন্টেলিজেন্স

Go past basic demographics: map the psychographic, behavioural and buying-psychology layers of your buyer.

04 **Positioning & Offer Engineering** ECONOMICS
পজিশনিং ও অফার ইঞ্জিনিয়ারিং

Good ads cannot save a weak offer. Build a core offer worth buying and a value ladder that can grow.

05 **Funnel Architecture & QA** CAMPAIGN
ফানেল তৈরি ও কোয়ালিটি অডিট

Sending traffic to a broken funnel is burning money. Keep the message the same from the ad hook to the landing page.

06 **Tracking & Conversion Signals** TRACKING
ট্র্যাকিং ও কনভার্সন সিগন্যাল

Give Meta clean data: Meta Pixel plus Conversions API (CAPI), with value and currency on every event.

07 **Creative Signal Matrix** CREATIVE
ক্রিয়েটিভ সিগন্যাল ম্যাট্রিক্স

Turn customer research into creative signals: persona, problem, desire, mechanism, benefit, proof, objection, CTA.

08 **Creative Concepts Development** CREATIVE
৮টি মিনিংফুল ক্রিয়েটিভ কনসেপ্ট তৈরি

Changing the background colour is not a new ad. Build 5 to 8 genuinely different creative angles.

09 **Placement-Ready Creative Production** CREATIVE
প্লেসমেন্ট-রেডি ক্রিয়েটিভ প্রোডাকশন

Vertical 9:16 Reels with sound and safe zones, static comparison graphics and structured UGC-style videos.

10 **Simplified Campaign Architecture** CAMPAIGN
সিম্প্লিফাইড ক্যাম্পেইন আর্কিটেকচার

Consolidate budget so Meta leaves the learning phase quickly. Avoid the 10 campaigns × 20 ad sets trap.

11 **Audience Strategy & Andromeda Perspective** CAMPAIGN
অডিয়েন্স স্ট্র্যাটেজি ও অ্যান্ড্রোমিডা ইঞ্জিন

Meta Andromeda picks relevant ads from a huge pool using the signals in your creative. Let the creative do the targeting.

12 **Pre-Launch QA Checklist** CAMPAIGN
প্রি-লঞ্চ কোয়ালিটি চেকলিস্ট

An 18-point check before any campaign goes live, to stop budget leaks and pixel mismatches.

13 **Test Without Panic** DIAGNOSTIC
প্যানিক ছাড়া টেস্ট করুন

Do not pause ads three hours after launch. Work through the six-step diagnostic ladder instead.

14 **Root-Cause Problem Diagnosis** DIAGNOSTIC
সমস্যা কোথায় তা নিখুঁত বের করুন

Find the exact bottleneck: CPM, CTR, click to landing page, landing page to checkout, or checkout to sale.

15

Identify Full-Stack Winners SCALING

প্রকৃত উইনার চিহ্নিত করুন

Look beyond the best ad: find the winning persona, problem, angle, hook, format, offer and landing page.

16

Iterate from Winners CREATIVE

উইনার থেকে নতুন ইটারেশন তৈরি

Do not start from zero each time. Spin a winner into 5 new hooks, 3 visual openings, 2 creators and 2 CTAs.

17

Strategic Scaling SCALING

ক্যালকুলেটেড স্কেলিং ফ্রেমওয়ার্ক

Scale in three directions: more budget, more creative, and new audiences or markets.

18

Retargeting & Backend Profit Engine

RETENTION

রিটার্গেটিং ও ব্যাকএন্ড প্রফিট সিস্টেম

Front-end ROAS is not the whole business. Retarget by stage and capture backend profit through your CRM.

19

Weekly Meta Ads Operating System

CAMPAIGN

সাপ্তাহিক মেটা অ্যাডস অপারেটিং সিস্টেম

A fixed weekly rhythm: Monday data, Tuesday creative, Wednesday research, Thursday production, Friday testing, weekend review.

20

Systemic Scaling & Budget Allocation

SCALING

সিস্টেমেটিক স্কেলিং ও বাজেট বন্টন

Keep 70% of budget on winners, 20% on iterations and 10% on bold new concepts.

21

Omnichannel Conversion Continuation

RETENTION

অমনিচ্যানেল কনভার্সন কন্টিনিউয়েশন

Connect Meta ads to WhatsApp automation, SMS reminders and a tele-sales team that closes.

22

Repeat Purchase & Lifetime Value (LTV)

RETENTION

রিপিট পারচেজ ও লাইফটাইম ভ্যালু (LTV) ইঞ্জিন

The real moat: turn a one-time buyer into a repeat customer and advocate through the after-purchase experience.

ARCHITECTURE

The 4 core engines

An ad is only the visible tip of four engines working together.

ENGINE 1 · মার্কেট ইঞ্জিন

Market

Customer psychology, competitor mapping and positioning, before a single taka goes into ads.

Research · Avatar Intelligence · Positioning

Phases 02, 03, 04

ENGINE 2 · মেসেজ ইঞ্জিন

Message

Research turned into distinct creative concepts that do the targeting work inside Meta Andromeda.

Offer · Creative Signals · 8 Core Concepts

Phases 04, 07, 08, 09, 16

ENGINE 3 · মেশিন ইঞ্জিন

Machine

Clean, server-side signals that feed Meta retrieval and ranking, and a campaign structure that lets it learn.

Tracking & CAPI · Campaign Architecture · Conversion Signals · Meta Learning

Phases 06, 10, 11, 12

ENGINE 4 · মানি ইঞ্জিন

Money

Unit economics, break-even maths and backend profit through CRM, SMS, WhatsApp and email.

CPA · ROAS · Contribution Margin · AOV · LTV & Backend

Phases 01, 17, 18, 20, 21, 22

Meta Ads ব্যবসার সাফল্যের নিশ্চয়তা দিতে পারে না। Product-market fit, দাম, মার্জিন, অপারেশন, সেলস, ডেলিভারি ও কাস্টমার অভিজ্ঞতাও ফলাফলে বড় ভূমিকা রাখে। কিন্তু এই system মেনে চললে random boosting-এর বদলে একটি মাপা যায়, পরীক্ষা করা যায় এবং বারবার করা যায় এমন growth process তৈরি হয়।

PHASES 13–14 · TEST WITHOUT PANIC

The diagnostic ladder

Do not switch everything off a few hours after launch. Find the step where the funnel breaks: Delivery → Attention → Traffic → Intent → Conversion → Economics.

STEP 1 · DELIVERY

Very high CPM (৳500+ or $5+)

অস্বাভাবিক বেশি CPM (৳৫০০+ বা $৫+)

Likely cause: Heavy auction competition, a saturated or too-narrow audience, poor ad relevance, or negative feedback from users.

- ☐ অডিয়েন্স সাইজ কি খুব ছোট (৫০,০০০-এর কম)?
- ☐ ক্রিয়েটিভে কি ক্লিকবেট বা পলিসি-সংবেদনশীল শব্দ আছে?
- ☐ অ্যাকাউন্টের ফিডব্যাক স্কোর কি কমে গেছে?

Fix: Widen to Broad or Advantage+, refresh hooks in native, engaging formats, and remove borderline policy claims.

অডিয়েন্স ব্রড করুন, অ্যাড কপি থেকে হাইপ বা বিতর্কিত শব্দ বাদ দিন এবং ফ্রেশ হুক টেস্ট করুন।

STEP 2 · ATTENTION

Low outbound CTR (under 1%)

আউটবাউন্ড CTR খুব কম (<১%)

Likely cause: A weak hook in the first 3 seconds, hard-to-read text, a dull opening, or a message that does not speak to the audience.

- ☐ ভিডিওর প্রথম ৩ সেকেন্ডে কি থামিয়ে দেওয়ার মতো কিছু আছে?
- ☐ ছবি বা থাম্বনেইলের লেখা কি মোবাইলে পরিষ্কার পড়া যায়?
- ☐ কাস্টমারের মূল সমস্যাটা কি সরাসরি বলা হয়েছে?

Fix: Test 5 new hooks (curiosity, bold statement, direct pain call-out), use larger high-contrast captions, and show the product in use within 2 seconds.

প্রথম ২ সেকেন্ডেই প্রোডাক্ট ডেমো বা মূল সমস্যা দেখান, সাবটাইটেল আরও স্পষ্ট করুন।

STEP 3 · TRAFFIC

Many clicks, few landing page views (30%+ drop)

ক্লিক অনেক কিন্তু ল্যান্ডিং পেজ ভিউ কম (৩০%+ ড্রপ)

Likely cause: A slow mobile page (over 3 seconds), broken redirects, heavy images, or a slow server.

- ☐ মোবাইলে 4G-তে পেজ খুলতে কি ৩ সেকেন্ডের বেশি লাগছে?
- ☐ ভারী ছবি বা অপ্রয়োজনীয় থার্ড-পার্টি স্ক্রিপ্ট আছে কি?
- ☐ মোবাইল ব্রাউজারে কি রিডাইরেক্ট এরর হচ্ছে?

Fix: Compress images to WebP, turn on CDN caching, remove heavy scripts, and get mobile load under 2 seconds.

ছবি অপ্টিমাইজ করুন, হালকা ল্যান্ডিং পেজ ব্যবহার করুন এবং মোবাইল স্পিড ২ সেকেন্ডের নিচে আনুন।

STEP 4 · INTENT

Good traffic, almost no sales (under 1%)

ট্র্যাফিক প্রচুর কিন্তু বিক্রি খুব কম (<১%)

Likely cause: The landing page does not match the ad, pricing is confusing, there are no reviews, or the value is not clear.

- ☐ অ্যাডে যা প্রমিজ করা হয়েছে, ল্যান্ডিং পেজের হেডলাইনে কি ঠিক সেটাই আছে?
- ☐ প্রোডাক্টের আসল ছবি ও কাস্টমার রিভিউ আছে কি?
- ☐ দাম ও ডেলিভারি চার্জ কি স্পষ্ট, নাকি লুকানো ফি আছে?

Fix: Put the winning ad headline at the top of the landing page, add real photo reviews, make delivery charges clear, and add a guarantee.

অ্যাডের হেডলাইনের সাথে ল্যান্ডিং পেজের হেডলাইন মিলিয়ে নিন, জেনুইন রিভিউ ও গ্যারান্টি যোগ করুন।

STEP 5 · CONVERSION

Many add-to-carts, few purchases (under 30%)

অ্যাড টু কার্ট অনেক কিন্তু পারচেজ হচ্ছে না

Likely cause: A surprise delivery fee at checkout, forced account sign-up, no cash on delivery, or a payment option people do not trust.

- ☐ চেকআউটে অতিরিক্ত ডেলিভারি ফি দেখে কি গ্রাহক চলে যাচ্ছে?
- ☐ অর্ডার করতে কি অ্যাকাউন্ট খোলা বাধ্যতামূলক?
- ☐ ক্যাশ-অন-ডেলিভারি, বিকাশ বা কার্ড পেমেন্ট কি ঠিকঠাক কাজ করছে?

Fix: Offer free or flat, clearly shown delivery, a one-step guest checkout (name, phone, address), and a WhatsApp order option.

চেকআউট ফর্ম এক ধাপে আনুন (শুধু নাম, ঠিকানা, ফোন নম্বর), অতিরিক্ত ফি লুকাবেন না।

STEP 6 · ECONOMICS

Cheap leads (৳20–50) but no sales

লিড সস্তা কিন্তু বিক্রি হচ্ছে না

Likely cause: No qualifying questions on the form, a free offer that attracts freebie seekers, or a slow sales follow-up.

- ☐ ফর্মে কি বাজেট বা প্রয়োজন নিয়ে কোনো যাচাইয়ের প্রশ্ন আছে?
- ☐ লিড আসার কত মিনিট পর সেলস টিম যোগাযোগ করছে?
- ☐ কাস্টমার কি জানত যে এটা একটি পেইড সার্ভিস?

Fix: Add 2 or 3 qualifying questions (need, budget), send an automatic WhatsApp reply within a minute, and call every lead within 10 minutes.

ফর্মে বাজেট-সংক্রান্ত প্রশ্ন রাখুন এবং লিড আসার ৫-১০ মিনিটের মধ্যে কল ব্যাক নিশ্চিত করুন।

PHASE 19

The weekly operating system

A fixed weekly rhythm makes scaling predictable instead of emotional.

MONDAY · সোমবার

Data & funnel review

- গত সপ্তাহের spend, reach, CPM, frequency, link clicks, CPC ও landing page views অডিট
- Break-even CPA বনাম Actual CPA তুলনা
- যেসব অ্যাডসেট ৩ দিন ধরে টার্গেট CPA-এর বাইরে, সেগুলো পজ বা বাজেট কমানো
- সপ্তাহের মূল ফোকাস ও বাজেট নির্ধারণ

TUESDAY · মঙ্গলবার

Creative & hook analysis

- কোন ক্রিয়েটিভ কনসেপ্ট বেশি কনভার্সন আনল তা চিহ্নিত করা
- ভিডিওর ৩-সেকেন্ড হুক রেট ও গড় ওয়াচ টাইম যাচাই
- Winning ও losing angle টিম মিটিংয়ে উপস্থাপন
- পরের ব্যাচ ক্রিয়েটিভের হাইপোথিসিস অনুমোদন

WEDNESDAY · বুধবার

Customer research & objections

- সাম্প্রতিক কমেন্ট, মেসেজ ও রিভিউ পড়া
- সেলস বা সাপোর্ট টিমের কাছ থেকে প্রধান ৩টি অবজেকশন সংগ্রহ
- প্রতিযোগীদের নতুন অ্যাড ও অফার বিশ্লেষণ
- Creative Signal Matrix আপডেট

THURSDAY · বৃহস্পতিবার

Creative production & iterations

- উইনিং অ্যাডের জন্য ৫টি নতুন হুক ও ৩টি নতুন ভিজ্যুয়াল ওপেনিং
- ১-২টি সম্পূর্ণ নতুন বোল্ড কনসেপ্ট
- Reels 9:16 সেফ-জোন ও সাবটাইটেল চেক
- অ্যাড কপি ও CTA ফাইনাল

FRIDAY · শুক্রবার

Controlled testing & launch

- Pre-Launch QA-এর ১৮টি পয়েন্ট যাচাই
- নিয়ন্ত্রিত বাজেটে নতুন টেস্ট অ্যাডসেট চালু
- পিক্সেল ইভেন্ট ও UTM লাইভ টেস্ট
- উইনিং ক্যাম্পেইনে বাজেট ১৫-২০% বাড়ানো

WEEKEND · শনি ও রবি

Economics & next-week hypothesis

- মোট রেভিনিউ, গ্রস মার্জিন, রিটার্ন রেশিও ও নেট কন্ট্রিবিউশন হিসাব
- AOV ও ব্লেন্ডেড ROAS হিসাব
- রিটার্গেটিং ও CRM রিকভারি স্ট্যাটাস
- পরের সপ্তাহের হাইপোথিসিস লেখা

FREE

Want this applied to your brand?

Book a free 30-minute consultation and your first business audit with Abrar IT Care (AIC). We will look at your economics, tracking, creative and funnel, and tell you what to fix first.

WhatsApp / call: 01321990066
Email: abraritcare@gmail.com
Web: https://abrar.academy/it-care-services/