

BLACKPLUS

CREATIVE STUDIO

IMMOBILIER / MAROC

Des marques distinctes. Une présence qui compte.

Hajji Isskan Group × BlackPlus

Création de contenu, animation des communautés
et acquisition publicitaire.

ÉDITION PROSPECTS / 08 OCTOBRE 2026



FLORIDA / PERSPECTIVE CONCEPTUELLE GÉNÉRÉE

De la visibilité aux prises de contact.

Audit Meta : 1 octobre 2025 - 30 septembre 2026. Résultats observés au niveau campagne.

9,91 M

impressions publicitaires

76 928

clics sur lien

25 366

événements de conversation

0,363 \$

Coût pondéré par conversation sur les campagnes dédiées aux messages.
24 928 résultats / 9 044,41 \$ de dépenses affichées par Meta.

Les impressions ne sont pas des personnes uniques. Les conversations peuvent inclure des contacts répétés et ne sont pas des ventes.

Un groupe. Plusieurs univers.

Les identités des programmes restent respectées. Chaque offre conserve son nom et ses codes visuels.



Jnane Shama



Shama Bay



Al Andalous



Shama 3



Shama 4 / Tamesna



Shama Business Center

FLORIDA / DAR BOUAZZA

Travail d'identité visuelle : proposition conservée dans les fichiers du client.
Présentée comme piste créative, sans résultat publicitaire attribué.

Le groupe au cœur du dispositif.

@hajjiisskangroup : une vitrine commune qui relie les univers des programmes.



14 239

abonnés Instagram

348 publications au 8 octobre 2026

Une marque mère. Des projets reconnaissables.

Le feed groupe rassemble des contenus Al Andalous, Jnane Shama, Shama Bay et Shama 4. Les mentions et rubriques à la une rendent ce portefeuille visible sous une même signature.

Une présence mesurée sur les deux plateformes.

Meta Business Suite : 10 septembre – 7 octobre 2026. Compte groupe uniquement ; relevé du 8 octobre.

INDICATEUR	INSTAGRAM	FACEBOOK
Vues sur la plateforme	173 922	856 195
Couverture IG / spectateurs FB	32,3 K	230 761
Interactions avec le contenu	3 138	1 321
Clics sur un lien	1 578	13 182
Visites du profil / de la page	2 497	10 283
Abonnements / désabonnements	390 / 138	211 / 15
Solde net d'abonnés	+252	+196
Conversations / nouveaux contacts	54 / 34	12 / 10
Taux de réponse affiché	100 %	41,7 %

Instagram : 99 863 vues organiques + 74 059 publicitaires = 173 922. Le compteur global de contenus IG affiche aussi 22 125 vues Facebook (196 047 au total) ; elles ne sont pas ajoutées aux vues Facebook ci-dessus.

Facebook : environ 3,2 K vues vidéo à 3 secondes et 22 h 28 min de visionnage. Commandes créées : 0 sur IG et FB ; prospects et rendez-vous créés : 0 dans les outils FB. Ces champs ne mesurent pas les ventes immobilières du CRM.

Un portefeuille qui communique ensemble.

La marque mère porte la confiance. Les programmes détaillent l'offre. Le média ouvre la conversation.

HAJJI ISSKAN GROUP

Notoriété groupe / contenus partagés / rubriques projets



01 / Contenu & communauté

Preuves visuelles, offres locales, mentions et diffusion entre comptes.

02 / Acquisition Meta

Campagnes par offre, clics et conversations mesurés.

03 / Relais commercial

Qualification, visites et ventes. Rapprochement CRM à compléter.

57,4 %

des vues Instagram du groupe sont organiques sur les 28 jours audités.

Les liens représentent l'architecture éditoriale ; aucun flux intercomptes ni taux de vente n'est attribué.

Faire comprendre. Faire voir. Faire agir.

Un dispositif qui relie l'offre immobilière, la production et la distribution.

01

Clarifier l'offre

Lieu, typologie, surfaces, équipements et proposition de valeur.

02

Rendre le projet tangible

Visuels 3D identifiés, images réelles, appartement témoin, vidéos et détails.

03

Créer des points d'entrée

Posts, Reels, contenus en français et en arabe, animation des communautés.

04

Faciliter le contact

Campagnes messages, suivi par projet et prise de relais par l'équipe commerciale.

CONTENU > DISTRIBUTION > CONVERSATION > SUIVI COMMERCIAL

Le dispositif est présenté dans son ensemble. Aucun test contrôlé n'isole l'effet d'un visuel ou d'un élément de stratégie.

Jnane Shama

@jnaneshama



Un lieu de vie. Des détails concrets.

Une communication qui articule l'offre résidentielle, l'expérience du lieu et les finitions. La page conserve la signature Jnane Shama et un langage visuel reconnaissable.

9 597

conversations sur la campagne JS4
Coût calculé : 0,230 \$ / événement

Capture du feed public. Cliquez pour visiter la page.

Les visuels présentés ne sont pas isolés comme causes des résultats annuels.

Montrer la réalité du projet.

Salon de l'appartement témoin : image issue des rushes réels Jnane Shama.



Un acheteur peut se projeter dans ce qu'il voit.

Mobilier, lumière, revêtement de sol et menuiserie : des éléments visibles qui donnent de la matière à la communication et aux conversations commerciales.

Source : rushes Jnane Shama, Drive client.
Image réelle. Aucun rendu artificiel ajouté à cette photographie.

Deux programmes. Deux cadres de vie.

Rendus originaux sélectionnés dans le Drive client. Projections architecturales non contractuelles.



Al Andalous

Façade et implantation urbaine.

Source originale : RENDUE / VUE_14 - Photo.jpg (3840 × 2160).



Jnane Shama

Cour intérieure, piscine et espaces paysagers.

Source originale : dossier Jnan Shama / Photo, Drive client.

Shama Bay

@shamabay



Une promesse balnéaire lisible.

Le contenu met en scène la résidence, les équipements et le quotidien. Les visuels de projection et les images du chantier jouent des rôles complémentaires.

3 836

conversations sur la campagne SB5
Coût calculé : 1,185 \$ / événement

Capture du feed public. Cliquez pour visiter la page.

Les visuels présentés ne sont pas isolés comme causes des résultats annuels.

Al Andalous

@alandalous.immo



Habiter. Entreprendre.

Deux offres au sein d'une même marque : appartements et locaux commerciaux. Des contenus bilingues rendent la proposition accessible et facilitent la prise de contact.

629

conversations sur la campagne audité

Contexte client : 550 appartements / an, dates à confirmer

Capture du feed public. Cliquez pour visiter la page.

Les visuels présentés ne sont pas isolés comme causes des résultats annuels.

Shama Business Center

@shamabusinesscenter



Une adresse pour l'activité.

Une communication dédiée aux bureaux et garages, avec un univers distinct des programmes résidentiels. Le feed illustre la proposition professionnelle et l'usage des espaces.

564

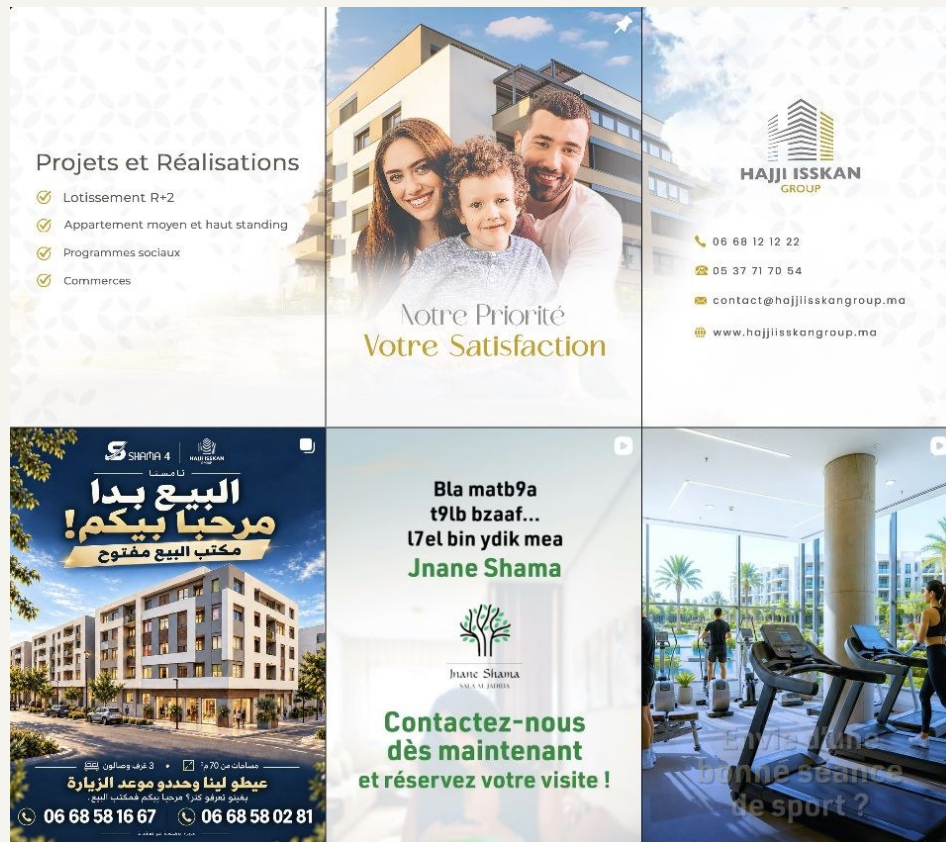
conversations sur la campagne Shama Center
Les données de page récentes couvrent un autre intervalle.

Capture du feed public. Cliquez pour visiter la page.

Les visuels présentés ne sont pas isolés comme causes des résultats annuels.

Une présence à l'échelle du portefeuille.

Shama 3 et Shama 4/Tamesna complètent les programmes présentés dans les pages précédentes.



@hajjiisskangroup / feed public, capture du 8 octobre 2026.



Shama 3

Logo et rushes disponibles dans le Drive client.



1 009 conversations

Campagne SH4 / Tamesna : 97,08 \$ de dépenses.
Volume enregistré sur la fenêtre annuelle audité.

Explorer une nouvelle expression de marque.

Florida / Dar Bouazza. Proposition d'identité visuelle présente dans le Drive client, septembre 2026.



Une piste éditoriale et balnéaire.

Signature, palette et projections architecturales issues du document original. Proposition créative : validation finale et déploiement non établis par cet audit.

Donner une nouvelle dimension au projet.

Trois perspectives générées : promenade paysagère, courbes des balcons et approche de l'entrée.



01 / PROMENADE & JARDINS



02 / MATIÈRES & BALCONS

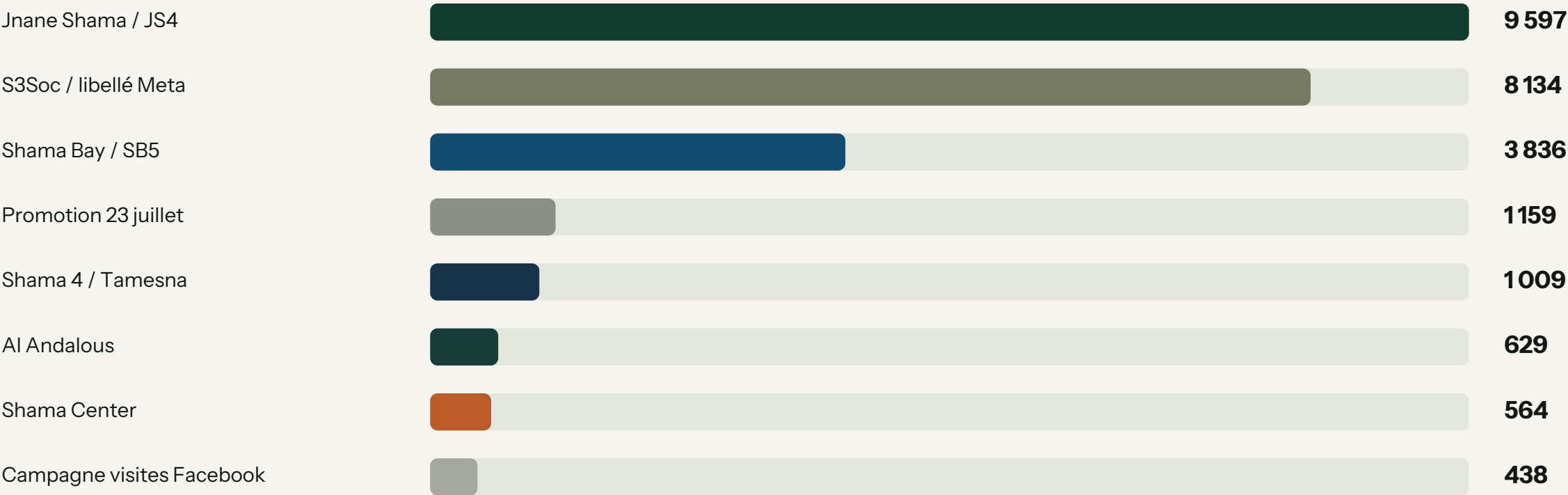


03 / APPROCHE DE L'ENTRÉE

Visualisations conceptuelles générées le 8 octobre 2026, à partir des références architecturales Florida. Perspectives non contractuelles ; elles ne représentent pas des photographies du chantier.

Mesurer chaque effort à son niveau.

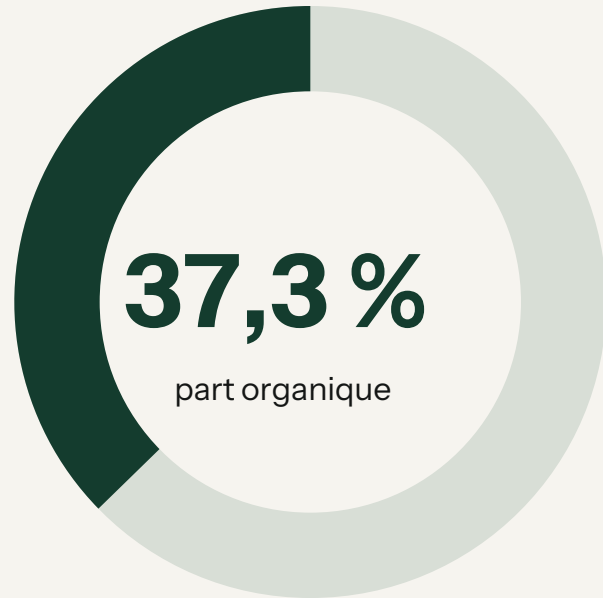
Événements de conversation Meta. Fenêtre : 1 octobre 2025 - 30 septembre 2026.



S3Soc est conservé sous son libellé Meta : le rattachement à une marque n'est pas confirmé. Les 438 conversations viennent d'une campagne de visites. Les huit lignes totalisent 25 366 événements.

Une visibilité au-delà de l'achat média.

Instagram Jnane Shama + Shama Bay. Fenêtre distincte : 8 septembre - 5 octobre 2026.



87 702

vues organiques sur 234 866 vues Instagram

+409

followers nets sur les deux comptes

Jnane Shama : 70 556 vues organiques (40,7 %). Shama Bay : 17 146 (27,9 %).

L'organique recule sur la comparaison aux 28 jours précédents : -30 % et -6 %. +409 inclut des sources payantes et organiques. La part organique n'est pas un taux de croissance.

Une activité commerciale déclarée. Une attribution à construire.

550

appartements vendus en un an
sur Al Andalous, selon le client.

10 à 15

ventes mensuelles annoncées
pour les autres programmes.

Le client déclare aussi 45 locaux commerciaux / mois à Al Andalous. Dates de référence, pièces commerciales et rapprochement CRM restent à confirmer.
Ces annonces sont un contexte commercial et ne sont pas présentées comme des ventes causées par BlackPlus.

Des chiffres documentés. Un périmètre clair.

Les sources de l’audit sont conservées dans le dossier de travail. Cette version privilégie la lecture commerciale.

Meta / annuel

Tables Ads Manager relevées le 6 octobre 2026. 17 campagnes examinées, 8 avec dépenses. 9 458,85 \$ de média au total, devise affichée dans Meta. Campagnes messages : attribution 7 jours clic / 1 jour vue ; campagne visites : 1 jour clic.

Instagram / 28 jours

Business Suite : 8 septembre – 5 octobre 2026. Organique et paid distingués pour Jnane Shama, Shama Bay et Shama Center. Les KPI des pages AI Andalous/Tamesna n’étaient pas disponibles dans le portfolio audité.

Portfolio / visuels

Compte groupe : Business Suite, 10 septembre – 7 octobre, relevé le 8 octobre. Vues IG hors vues Facebook partagées ; solde abonnés = ajouts moins départs. Screenshots publics : Jnane Shama et Shama Bay, 7 octobre ; AI Andalous, Shama Business Center et groupe, 8 octobre. Logos et matériaux : Drive client. Florida : identité et nouvelles perspectives générées le 8 octobre ; pas campagne déployée prouvée.

Ce que les données permettent

Impressions, clics et conversations mesurables. Pas de ventes CRM rapprochées, pas de ROAS vérifié, pas de bénéfice calculé, pas de part de marché. Les événements de conversation peuvent inclure des contacts répétés.

Votre prochain projet mérite une présence aussi claire que son offre.

Positionnement, contenu, communauté et acquisition.
Construisons un dispositif adapté à votre portefeuille.

PARLONS DE VOTRE PROJET

zaid@blackplus.studio

+212 626 202 111

[Voir l'étude de cas en ligne](#)