



ECOMNESS

High-Converting Meta Ad Scripts — Direct Response Portfolio

E-Commerce & Dropshipping Platform — Meta Ad Copy Portfolio

Prepared by

Direct Response Copywriter — Meta Ads & E-Commerce Specialist

BRAND OVERVIEW

Brand Ecomness

Category B2B SaaS — Dropshipping & Fulfillment Platform for Tunisian e-commerce sellers

Positioning Tunisia's leading fulfillment platform — 170+ vetted suppliers, 1,000+ winning products, full digital support

Key USPs 3 years experience, 170 local suppliers, 1000+ products, digital team support, low return rate (-50%)

Audience Tunisian e-commerce entrepreneurs 22–40, solo operators or small teams

CAMPAIGN OBJECTIVES

- Attract solo e-commerce operators wasting time on fragmented supplier sourcing
- Position Ecomness as the infrastructure upgrade that unlocks scaling
- Overcome the trust barrier around dropshipping reliability in Tunisia
- Drive platform registrations — 'inscrivez-vous, we'll call you'

TARGET AUDIENCE

Primary: Solo dropshippers 22–38 who are currently sourcing suppliers manually and losing time

Secondary: E-com operators who tried dropshipping and quit because of logistics failures

Pain Point #1: Spending hours finding reliable suppliers — and still getting burned

Pain Point #2: High return rates, late deliveries, unhappy customers destroying reputation

Pain Point #3: Doing everything alone — no support for ads, content, or logistics

Dream outcome: Scale the business while the platform handles everything else

CREATIVE STRATEGY

Ecomness scripts target the e-commerce operator at their point of maximum frustration: they've started, they're working hard, but they're stuck — because the infrastructure they're using can't support growth. The copy strategy validates their current struggle, then reveals that the problem isn't their hustle — it's the missing platform.

Script 2 uses a transformation narrative — before/after Ecomness. The narrator speaks from the 'after' state with relief and confidence. This is the most effective B2B conversion format: not features, but lived outcomes. Script 5 uses an educational reframe: 'I wish I'd known this when I started' — creating immediate FOMO for the reader who is earlier in the same journey.

- Psychological angle: Frustration validation → infrastructure revelation
- B2B technique: Outcome-first storytelling (before/after testimonial)
- Trust builders: 3 years experience, 170 vetted suppliers, 50% lower return rate
- Low-friction CTA: Register → team calls you (removes decision burden from buyer)

AD SCRIPTS

Script 1

HOOK

تخدم في الـ **e-commerce** ماغير **ecomness**
مالا قاعد تضبيع في برشة وقت وفلوس

ا **ecomness** هي بلاتفورم **dropshipping et services fulfillment**

تخط بين يديك **40 fournisseurs** من ولايات تونس الكل

وأكثر من **800** برودوي **gagnants** يوميا باقين يزيديو

وبالطبيعة الـ **process logistique** الكل منظم وفي الوقت

من الـ **confirmation** للنهار إلي توصل فيه الكموند للكلبون

وحتى **les services après-vente** ساهلين برشة وماغير تعقيد

مئات **les vendeurs** يخدمو مع **ecomness** ليوم

وهذا رأيهم في التجربة

الـ **taux retour** أقل ب **50%**

الـ **testing** أسهل وأسرع

خدمات لوجستيك متكاملة

ودعم على مدار الساعة

ماعليك كان تعمل **inscription** على البلاتفورم وإكيب **ecomness** يكلموك

WHY THIS CONVERTS

The value proposition in the hook is direct and specific ("time and money").

An e-commerce operator is constantly thinking about opportunity cost — and this copy speaks directly to that mindset.

Script 2

HOOK

النهار إلي بديت نخدم فيه **ecommerce** مع **ecomness** بدلي حياتي

يوميا نلقا **des produits** جدد نستيهم

حساباتي و **les chiffres** الكل منظمين على البلاتفور

كليوناتاي فرحانين وكمنداتهم توصل في الوقت

وإكيب كامل معايا في **partie logistique** و دجيتال

هذا إلي خلاني **nescali** أخيرا في الخدمة ونقدم بيها لبعيد

كي مصاريفي تقلصت كهو في **ads**

وحتى المشاكل إلي سمعتها قبل على الدروبشيبينغ

ecomness ا خمنت فيها ولقاتلها حل

التوصيل في الوقت

والبرودوي إلي تستيه ويمشي معاك

تنجم ترزرفي فيه الستوك

اسعار جملة تسمحلك تحط **marge** محترم في جيبك

و إلي طمئنتي أكثر أي حاجة تصعب عليا

إكيب **ecomness** يلقالها حل

كيما ال **choix de produits**

قداه نحط **marge**

و **design** ال **landing page** وبرشة حاجات آخرين

ننصح أي حد باقي لليوم يخدم **e-commerce** وحدو

يجرب الخدمة مع **ecomness** بش يوصل بمشروعو لبعيد

ماعليك كان تعمل **inscription** و الإكيب يكلمك.

WHY THIS CONVERTS

The before/after narrative in a testimonial format is one of the most powerful forms of proof in B2B — not features, not numbers, not claims. It's a real, lived transformation.

Script 5

HOOK

تمنيت نعرف الحاجة هاذي أول مابديت الـ **e-commerce**

les plateformes de dropshipping et services fulfillment

بكل بساطة **les plateformes** هذوما

يوفرولك **des produits** بطريقة الدروبشيبينغ

plus les services logistiques

يعني تخيل خدمتك الكل بش تولي بل بسي كهو ومن أي بقعة

معادش تلوج على **des fournisseurs** باهين وثيقة

معادش يش تلوج على الـ **produit gagnant**

ولا تعدي سوايع في **process logistique** المتعب علخر

كل الي عليك تتلها بالسيت و **les campagnes**

وتقدم أسرع وتكبر مشروك أكثر

لهنا نرشحك وحدة من أحسن **les plateformes** في سوق توا

ecomness ,

عندها توا أكثر من ثلاثة سنين خبرة

تلقا فيها **1000** برودي

170 مورد مخاترين بكل دقة من تونس الكل

ودعم في البرتي لوجستيك وديجيتال على مدار الساعة

ماعليك كان تسجل على البلاتفورم و إكيب **ecomness** يكلموك ويفهموك الخدمة الكل

WHY THIS CONVERTS

The “I wish I knew” hook makes the reader imagine themselves in the previous “bad state,” positioning the product as the missing insight they needed all along.

RESULTS

- High-quality registration leads — copy self-selects motivated operators, not beginners
- Lower churn — operators who understand the infrastructure value stay on platform longer
- Strong word-of-mouth — successful sellers recommend the platform organically
- Brand authority — content positions Ecomness as the 'insider secret' of TN e-com

PORTFOLIO DESCRIPTION — SHORT VERSION

Meta ad copy for Ecomness — Tunisia's dropshipping and fulfillment platform. 3 scripts targeting e-commerce operators at different stages of frustration: wasting time on supplier sourcing (Script 1), transformation testimonial (Script 2), and 'I wish I knew this earlier' educational hook (Script 5). Copy uses B2B outcome storytelling, infrastructure positioning, and low-friction CTA (register, team calls you). Focus on trust building through specificity: 170 suppliers, 50% lower returns, 3 years experience.