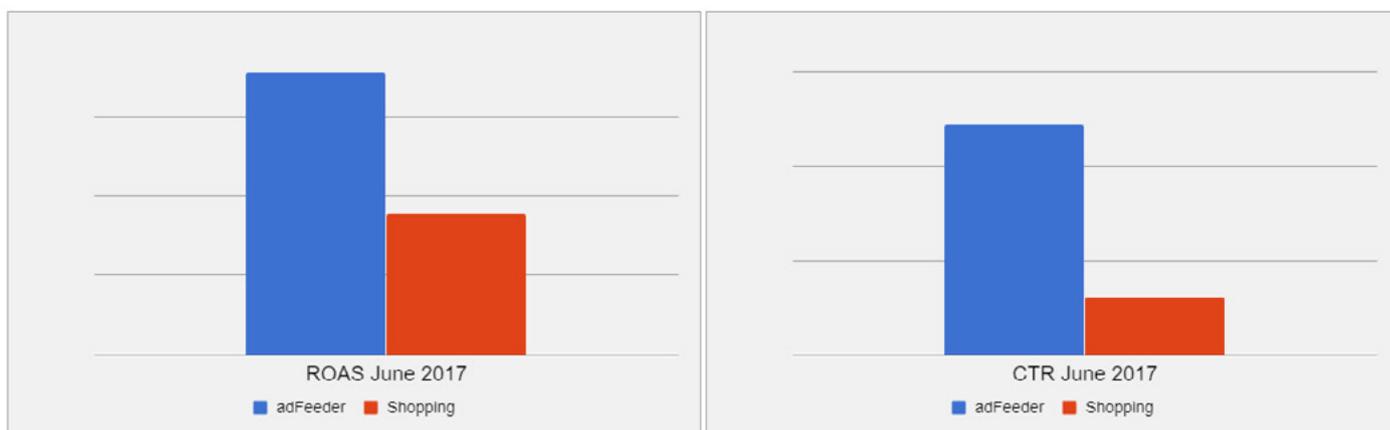


«Les campagnes adFeeder complètent à la perfection les campagnes Google Shopping existantes. En juin, les campagnes adFeeder ont permis d'atteindre un ROAS deux fois plus élevé que celui des campagnes Google Shopping, pour un chiffre d'affaires également en hausse.»

Angel Muñoz,
E-Business et Digital Marketing Manager,
Distrelec Group

Distrelec multiplie son ROAS par deux grâce aux campagnes AdWords automatisées



Au mois de juin 2017, le ROAS des campagnes adFeeder était deux fois plus élevé que celui des campagnes shopping. Le CTR des campagnes adFeeder était quatre fois plus élevé que celui des campagnes shopping.

adFeeder – les campagnes AdWords automatisées viennent compléter les campagnes Google Shopping

Pour Distrelec, les ventes en ligne constituent des moteurs de croissance significatifs. C'est la raison pour laquelle l'entreprise B2B a choisi des campagnes Google Shopping ainsi que des campagnes Google AdWords gérées manuellement pour sa publicité. Si cette configuration génère un bon trafic, elle ne permet pourtant pas de répondre de manière cohérente aux recherches particulièrement spécifiques, comme celles par numéros d'article ou d'autres termes de recherche similaires.

Afin de pallier ce problème et d'augmenter sa visibilité sur les marchés ainsi que son Return on Ad Spend (ROAS), Distrelec mise sur une solution développée par les programmeurs de Webrepublic: adFeeder. Grâce à cet outil, les campagnes AdWords gérées manuellement sont remplacées par une gestion automatisée des campagnes qui se base sur un flux de données produit.

Ces campagnes couvrent toutes les recherches de produits spécifiques et complètent ainsi les campagnes Google Shopping d'environ 1 million de mots-clés supplémentaires par marché. Les campagnes adFeeder s'ajustent quotidiennement au portefeuille de produits de Distrelec et s'actualisent en fonction, tandis que les campagnes gérées manuellement étaient seulement actualisées tous les trois mois jusqu'à présent. En juin 2017, le ROAS atteint par les campagnes adFeeder était deux fois plus élevé que celui des campagnes Google Shopping, et ce à travers les 22 marchés cibles du groupe.

Prestations fournies:

- ★ AdWords
- ★ Ingénierie web



Informations sur l'entreprise Distrelec Group SA

Secteur:	Détail (électronique, technique)
Collaborateurs:	env. 300
Date de fondation:	1973
Client Webrepublic:	depuis 2015
Site Internet:	distrelec.ch



Situation initiale

Distrelec utilise les campagnes Google Shopping et Google AdWords pour promouvoir ses produits, mais se heurte à des limites: une analyse du comportement de recherche des groupes cibles de Distrelec révèle que les clients recherchent souvent des produits à l'aide de mots-clés particulièrement spécifiques, tels que des numéros d'article («MCP3221A5T-I/OT») – un comportement de recherche qui indique une forte intention d'achat. Cependant, un problème demeure: Google Shopping est optimisé pour répondre aux recherches de noms de produit telles que «AD-Wandler 12 Bit SOT-23».



Objectifs

★ Visibilité

Distrelec voudrait une solution personnalisée permettant d'augmenter la visibilité de ses produits dans le réseau de recherche Google pour toutes les demandes pertinentes et spécifiques. La couverture des recherches à haute intention d'achat (par ex. à partir du numéro d'article) présente des lacunes qu'il lui faut combler.

★ Efficacité

La structure complexe des campagnes (22 marchés au total, env. 500 campagnes et 3,5 millions d'AdGroups), l'immense portefeuille de produits (160 000 produits par marché) ainsi que les volumes de données doivent pouvoir être gérés de manière plus efficace. Les campagnes doivent constamment promouvoir le portefeuille de produits actualisé. En d'autres termes: les nouveaux produits doivent être immédiatement mis en avant et les annonces pour les produits épuisés ou obsolètes doivent quant à elles être interrompues dans les plus brefs délais.

★ Performance

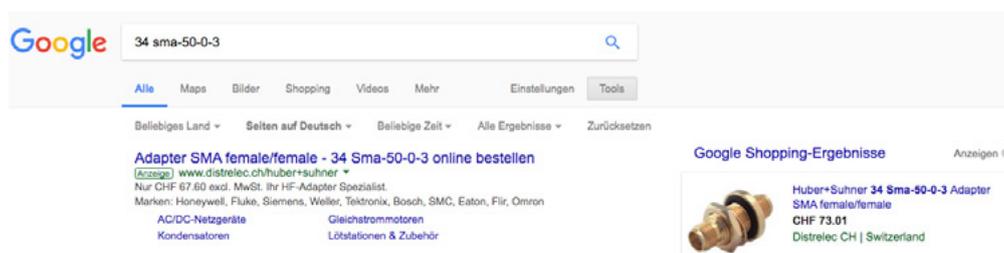
Distrelec souhaite augmenter le Return on Ad Spend sur tous ses marchés.



Mesures

★ adFeeder

Les programmeurs de Webrepublic mettent en place adFeeder, une solution développée en interne pour Distrelec, et l'adaptent aux défis spécifiques de leur client. Cette solution technique remplace les campagnes AdWords existantes et vient compléter les campagnes Google Shopping. En d'autres termes: Distrelec peut publier parallèlement des annonces adFeeder et Google Shopping sur la même page de résultats de recherche en fonction de la recherche effectuée.



Avec la recherche du numéro d'article «34 sma 50-0-0», un utilisateur voit à la fois les annonces adFeeder et shoppings.

★ Automatisation

A l'aide d'un flux de données produits et de modèles d'annonce dynamiques, adFeeder génère des textes d'annonce et des mots-clés de manière automatisée. Grâce à des modèles personnalisés, les textes d'annonce s'adaptent au comportement de recherche de l'utilisateur et présentent des informations pertinentes (par ex. les numéros d'articles, prix nets ou catégories de produits). Avec adFeeder, les campagnes sont actualisées toutes les nuits. Dès qu'un produit est épuisé, les annonces sont momentanément interrompues, puis réactivées automatiquement lorsque le produit est de nouveau disponible. Ainsi, il n'y a plus de publicité pour les produits épuisés, ce qui évite toute frustration pour les acheteurs ainsi que des dépenses publicitaires superflues pour l'entreprise. Si un nouveau produit fait son entrée sur la boutique en ligne, un nouvel AdGroup est automatiquement créé avec les annonces et mots-clés correspondants. De plus, afin de garantir la cohérence entre les campagnes adFeeder et Google Shopping, les données proviennent du même flux.

★ Optimisation

adFeeder permet de définir des stratégies d'enchères en fonction des marges et de la pertinence du produit. Les résultats basés sur les données des campagnes adFeeder permettent quant à eux d'optimiser les campagnes Google Shopping.



Résultats

★ Mise à l'échelle

Avec adFeeder, Distrelec gère un total de quelque 500 campagnes, 3,5 millions d'AdGroups, 10,5 millions d'annonces textuelles et 16,5 millions de mots-clés automatisés à travers 22 marchés – gérer manuellement des campagnes de cette ampleur serait humainement impossible.

Tandis que les campagnes en configuration manuelle étaient actualisées tous les 90 jours en raison de la complexité de l'opération, les actualisations ont dorénavant lieu toutes les 24h. Grâce à adFeeder, une journée suffit pour importer et promouvoir les nouveaux produits.

★ Pertinence

D'après des mesures réalisées sur tous les marchés, la grande pertinence des annonces textuelles adFeeder destinées au groupe cible aboutit à un taux de clics quatre fois plus élevé qu'avec les campagnes Google Shopping.

★ Return on Ad Spend

Les nouvelles campagnes adFeeder couvrent les recherches à haute intention d'achat (par ex. les numéros d'article) de manière cohérente et permettent d'accéder préalablement à un potentiel de marché non exploité: au mois de juin 2017, les campagnes adFeeder ont atteint un ROAS deux fois plus élevé que les campagnes Google Shopping, pour une augmentation du chiffre d'affaires de 64%.



«Grâce à adFeeder, développé par Webrepublic, nous gérons désormais d'énormes quantités de données. Au total, cela représente 500 campagnes AdWords avec 3,5 millions d'AdGroups et 10,5 millions d'annonces textuelles gérées de manière automatisée, ce qui serait impossible manuellement. Cela nous permet d'actualiser nos campagnes quotidiennement, au lieu de tous les trois mois, et d'être sûrs que nos publicités reflètent constamment notre portefeuille actuel de produits.»»

**Nagore Fernandez,
Search Marketing Manager,
Distrelec Group**

Webrepublic SA
Seefeldstrasse 233
8008 Zurich

+41 44 542 90 60
office@webrepublic.com
www.webrepublic.com

Webrepublic SA
Avenue de Sévelin 32a
1004 Lausanne

+41 21 545 50 18
office@webrepublic.com
www.webrepublic.com

