

Étude de cas

TRUEVIEW FOR ACTION TIENT SES PROMESSES

Pour Migros, Webrepublic a mis en œuvre la méthode de test A/B désormais disponible sur YouTube. Les résultats confirment que TrueView for action est le format idéal pour générer des conversions, tandis que TrueView in-stream assure un maximum de visionnages.

SITUATION DE DÉPART

Un bonus de 3000 points Cumulus est offert aux nouvelles clientes et nouveaux clients qui obtiennent une réponse positive à leur demande de Cumulus-Mastercard, carte émise par Cembra en collaboration avec la fédération des coopératives Migros. Migros diffuse cette offre de promotion de la carte de crédit sur différents canaux en ligne et hors ligne. L'enseigne a sollicité Webrepublic pour optimiser l'efficacité de la diffusion sur YouTube.

DÉFI

- ★ Augmenter la notoriété de la Cumulus-Mastercard
- ★ Obtenir des conversions sous forme de demandes imprimées pour une Cumulus-Mastercard)

MESURES

Pour atteindre les deux objectifs cités (notoriété et conversions), nous avons choisi deux formats publicitaires ou stratégies d'enchères différents sur YouTube:

- ★ TrueView in-stream avec enchères manuelles visant à optimiser les vues;
- ★ TrueView for action avec enchères automatiques visant à optimiser les conversions.

Les tests A/B, disponibles sur YouTube depuis mi-2019, ont facilité la comparaison des deux formats. Les annonces publicitaires ont été diffusées auprès d'utilisatrices et d'utilisateurs répartis en deux groupes. Un groupe a été exposé aux annonces in-stream et l'autre groupe, aux annonces TrueView for action. Les vidéos diffusées aux deux groupes étaient identiques et se distinguaient uniquement par la stratégie d'enchères utilisée; les conditions étaient donc idéales pour comparer les performances des deux variantes.

RÉSULTATS

- ★ TrueView in-stream: 219% de visionnages supplémentaires par rapport au format TrueView for action à budget égal
- ★ TrueView for action: 177% de conversions en plus par rapport au format TrueView in-stream à budget égal

Les tests A/B ont permis de vérifier la finalité de chaque format: TrueView for action a généré nettement plus de conversions que TrueView in-stream et le nombre de visionnages a été sensiblement supérieur avec TrueView in-stream. Cela confirme que les formats tiennent leurs promesses respectives et met en évidence un aspect: le choix de l'une ou l'autre solution dépend fortement de l'objectif de la campagne publicitaire. On notera également que TrueView for action nécessite un budget supérieur et une durée de campagne d'au moins quatre à six semaines, de sorte que l'algorithme engrange suffisamment de données pour ajuster les enchères automatiques et optimiser réellement les conversions.



«Les tests A/B que nous avons réalisés sur les annonces YouTube nous ont permis de recueillir de précieuses informations pour la Cumulus-Mastercard. L'excellent taux de conversion obtenu avec les annonces TrueView for action représente une grande satisfaction et confirme que le canal complète avantageusement les formats classiques de type annonces sur le réseau de recherches de Google, y compris pour des campagnes axées sur la performance.»

Claudio Caduff, Senior Consultant SEA, Project-Lead Webrepublic

ANNONCES SUR YOUTUBES

Les annonces YouTube permettent de toucher chaque mois 4,2 millions d'utilisatrices et d'utilisateurs individuels de toute tranche d'âge dans la Suisse entière (chiffres: janvier 2020). Pour exposer le groupe cible pertinent à de la publicité visuelle ou sonore, les annonceurs disposent de nombreuses techniques de ciblage, par exemple en fonction des centres d'intérêt ou du contenu en cours de visionnage. YouTube assure une grande visibilité des annonces et offre un large choix de formats publicitaires, utilisables selon les objectifs spécifiques à atteindre et répondant aux besoins de quasiment tous les secteurs d'activité.

Pour la campagne vidéo destinée à promouvoir la Cumulus-Mastercard, Webrepublic a misé d'une part sur des annonces TrueView in-stream qui assurent un maximum de visionnages et, d'autre part, sur le format TrueView for action particulièrement efficace pour générer des conversions (dans ce cas, la conversion correspondait à l'impression d'un formulaire de demande de carte).

