

**web republic**



Case Study

# DES CAMPAGNES DISCOVERY AUGMENTENT LE TAUX D'INSCRIPTION DES ÉLÈVES PENDANT LE CONFINEMENT

La pandémie de COVID-19 a constitué un épineux défi pour l'Institut Montana, une école internationale et pensionnat en Suisse centrale. En peu de temps, les séances d'information et les procédures d'admission ont dû être organisées en ligne. Webrepublic a élaboré des campagnes Discovery, un savant mélange de visuels attrayants et de call to action pertinents. Les campagnes Discovery ont permis d'augmenter le nombre de clics et de conversions.

## SITUATION DE DÉPART

L'Institut Montana a fait face à un certain nombre de défis durant la pandémie de COVID-19 et a dû faire preuve d'agilité et de créativité afin d'organiser sa journée portes ouvertes et sa procédure d'admission entièrement en ligne.

## OBJECTIFS

- ★ Augmenter la notoriété de ses programmes d'étude
- ★ Recruter de nouveaux élèves

## MESURES

Ayant déjà recours à des campagnes Google Ads, l'établissement scolaire était à la recherche d'une autre façon de stimuler l'inscription de nouveaux élèves. Les campagnes Discovery semblaient être la solution adéquate au vu de la problématique de l'Institut Montana. En effet, elles offrent la possibilité de toucher efficacement des élèves potentiels grâce à ses options de ciblage (données démographiques, audiences d'affinité et d'intentions personnalisées, audiences sur le marché), qui permettent notamment de corréliser les intérêts des élèves aux programmes éducatifs proposés par l'établissement. Afin de véhiculer son message, l'Institut Montana a eu recours à des images de haute qualité associées à un call to action adapté. Sachant que ce format d'annonces publicitaires jouait un rôle fondamental dans la stratégie globale, Webrepublic a adopté une approche «test and learn» pour le budget alloué aux annonces Discovery.

## RÉSULTATS

- ★ + 242% de clics
- ★ + 34% de conversions
- ★ - 62% de coûts par clic



**«Avec la pandémie de COVID-19 et le confinement qu'elle a entraîné , nous avons fait face à une situation inédite. Nous avons dû nous adapter dans un temps record, réorganiser l'ensemble de notre procédure d'admission en ligne, tout en conservant l'approche personnalisée qui nous caractérise. Grâce à cette nouvelle stratégie digitale élaborée conjointement avec Webrepublic, nous avons atteint nos objectifs en matière de visibilité et de nouvelles inscriptions.»**

**Velia Tricoli, Head of External Relations, Institut Montana Zugerberg**

