

**Case Study**

# **CATALOGUE DE PRODUITS DYNAMIQUE: COÛTS RÉDUITS ET GESTION PLUS EFFICACE DES CAMPAGNES SUR FACEBOOK**

**Le fabricant suisse de montres de luxe Oris souhaitait plus d'efficacité lors de la mise en œuvre de ses campagnes internationales sur Facebook. En collaboration avec l'agence Webrepublic et l'équipe de Facebook, le fabricant a utilisé la nouvelle fonction de commerce pour créer un catalogue multilingue regroupant différents pays et langues, et a ainsi réalisé de considérables améliorations au niveau des KPI concernés.**

## **SITUATION DE DÉPART**

La pandémie a contraint l'horloger Oris à fermer temporairement de nombreux magasins de détail et à déplacer son activité de commerce vers des canaux en ligne. Pour la promotion de ses produits, Oris a cherché une approche axée sur la rentabilité.

## **OBJECTIFS**

- ★ Augmentation des ventes en ligne: De nombreux commerces ont dû fermer leurs portes en raison de la pandémie de COVID-19. C'est pour cette même raison qu'Oris a souhaité se recentrer sur la vente en ligne de ses montres de luxe.

## **MESURES**

Afin de se rapprocher de son groupe cible, Oris a décidé de recourir pour la première fois à des catalogues pour promouvoir ses produits sur Facebook. Pour un maximum de rentabilité, le fabricant a testé deux options: un catalogue multilingue et plusieurs catalogues spécifiques à un pays à la fois.

### **Promotion des produits à l'aide d'un catalogue multilingue**

Oris a regroupé plusieurs campagnes nationales et catalogues de produits en un seul catalogue multilingue. Les produits y étaient présentés par le biais d'annonces dynamiques au format carrousel. Dix pays et marchés étaient visés: l'Allemagne, le Canada, la Corée du Sud, l'Espagne, les États-Unis, la France, la Grande-Bretagne, l'Irlande, l'Italie et la Suisse. Les informations nécessaires dans chaque langue nationale et les prix correspondants ont été fournis automatiquement par Facebook.

### **Adaptation automatique selon le marché**

Oris a créé un catalogue standard puis a ajouté des flux spécifiques aux pays et aux langues, en adaptant notamment les informations sur les articles. Facebook a pu ainsi ensuite diffuser automatiquement la version de l'annonce pertinente pour chaque marché. Par exemple, la description des articles s'affichera en anglais, et les prix en dollars américains, pour les personnes vivant aux États-Unis. Les personnes vivant en France verront quant à elles des descriptions en français et des prix en euros.



## RÉSULTATS

Grâce au catalogue multilingue, Oris a obtenu les résultats suivants:

- ★ 47% de réduction des coûts par paiement
- ★ 32% de réduction des coûts par transaction supplémentaire
- ★ 34% de réduction des coûts pour 1000 pages consultées

**Nous avons obtenu d'excellents résultats grâce à l'approche dynamique et au produit Facebook qui a consolidé la diffusion des campagnes internationales. Les connaissances acquises auront une influence positive sur les futures stratégies de campagne de notre client, ainsi que sur la planification et la mise en œuvre.**

**Lea Nobs, Team Manager Social Media Marketing, Webrepublic**

