

Case Study

YALLO RÉDUIT SON CPA YOUTUBE DE 44% GRÂCE À L'OUTIL VIDEO BUILDER ET AU FORMAT TRUEVIEW FOR ACTION

Après avoir étoffé sa gamme en 2018 en y ajoutant des offres PostPaid, yallo a effectué un rebranding. L'opérateur de télécommunication a donc dû revoir l'ensemble de ses activités de marketing digital. Depuis, Webrepublic a repris les rênes pour consolider et optimiser le budget des canaux digitaux de yallo. Ainsi, l'agence a mis au point des campagnes harmonisées et adaptées au groupe cible concerné sur Google Search, Display et YouTube.

SITUATION DE DÉPART

Face aux changements fréquents de campagnes et de promotions, la production de vidéos et d'images de bonne qualité est devenue coûteuse et chronophage. Ceci dit, sans un matériel vidéo de qualité, il devient difficile d'optimiser efficacement l'achat d'un abonnement mobile lors d'une campagne YouTube TrueView for action.

OBJECTIFS

- ★ Élaborer un processus efficient de création d'images et de vidéos de qualité
- ★ Diminuer le coût par vente d'abonnement mobile

MESURES

Pour la campagne «yalloween», Webrepublic a eu recours à l'outil YouTube Video Builder afin de produire une vidéo de qualité tout en économisant du temps et des ressources. Sa plateforme utilisateur intuitive et ses fonctionnalités automatiques permettent à tout graphiste novice de créer une vidéo en quelques clics seulement. L'outil Video Builder intègre les meilleures pratiques de YouTube en matière de création, ce qui permet d'augmenter les chances d'améliorer les performances de campagne lors d'une utilisation ultérieure.

RÉSULTATS

La création réalisée via l'outil Video Builder a été utilisée dans la campagne TrueView for action et a entraîné des économies de temps et d'argent pour yallo et Webrepublic. En outre, cette campagne a permis d'atteindre les objectifs suivants:

- ★ 44% de diminution du CPA
- ★ 100% d'augmentation du CTR
- ★ 40% d'augmentation des conversions

«Video Builder nous a permis de créer du matériel vidéo de haute qualité et adapté au groupe cible sans avoir à supporter des coûts de production élevés.»

Mariangela Coco, Online Marketing Manager, yallo

