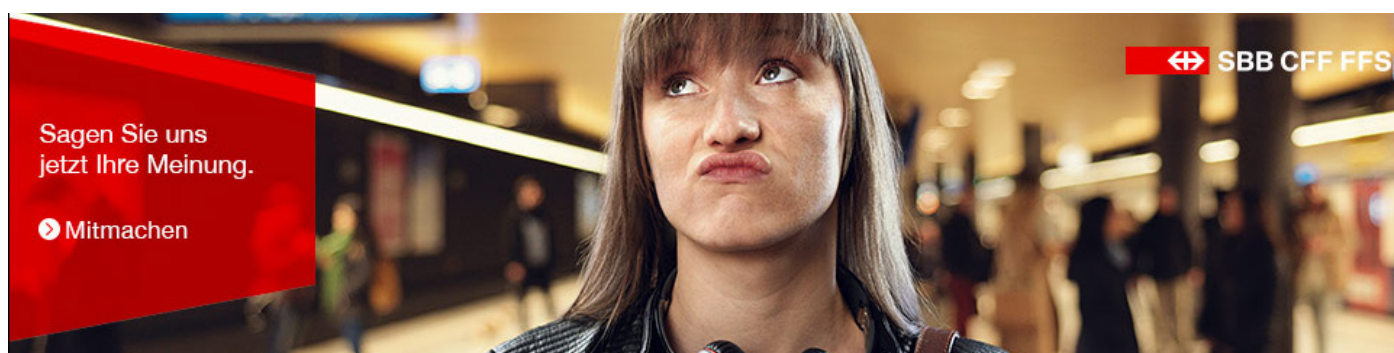


**«Avec Webrepublic, le
marketing digital
devient plus simple ...
Sa prestation a
parfaitement répondu à
nos attentes.»**

**Sarah Stiefel,
Responsable Communication digitale,
SBB CFF FFS**

Marketing programmatique pour SBB CFF FFS: une campagne digitale globale réussie



Une bannière Masthead de la campagne globale invitant concrètement l'utilisateur à donner sincèrement son avis sur les services des CFF.

Trafic hautement pertinent grâce à un ciblage spécifique et une optimisation continue

Dans le cadre de la nouvelle édition de leur campagne globale «En route comme chez soi», les CFF ont confié la publicité digitale à Webrepublic. Pour atteindre un large public de manière efficace et ciblée, les CFF et Webrepublic ont opté pour une campagne programmatique. Cette dernière a permis d'atteindre, du 21 mars 2016 au 3 avril 2016, plus de 30 millions d'impressions, 45 000 clics et un taux de conversion record de 75%. En d'autres termes: 34 000 clients des CFF ont accédé à l'enquête de satisfaction en cliquant sur les annonces.

Découvrez ici la vidéo de l'étude de cas: <http://wbrp.li/28UnUdd>.



Données sur l'entreprise

Secteur: transports publics
Collaborateurs: 33 000 (2015)
Chiffre d'affaires: CHF 8,7 milliards
Date de fondation: 1902
Client Webrepublic: depuis 2009
Site Internet: cff.ch

Prestations fournies:

- ★ Marketing programmatique
- ★ Publicité Display
- ★ Marketing des réseaux sociaux
- ★ Graphisme et design



Le projet en détails

Situation initiale: une nouvelle campagne globale

Dans le cadre de leur nouvelle campagne globale, les CFF cherchent à dialoguer ouvertement avec leurs clients pour s'assurer qu'ils se sentent désormais «en route comme chez eux».

Objectifs: activation du groupe cible

Les CFF souhaitent promouvoir leur nouvelle campagne globale sur tous les canaux digitaux pertinents. Ainsi, un maximum de clients CFF devra donner leur avis sur la ponctualité, la propreté et le rapport qualité/prix dans le cadre d'une enquête de satisfaction en ligne.

Mesures: optimisation des interactions utilisateurs

Le marketing programmatique permet d'atteindre efficacement les groupes cibles définis via plusieurs points de contact. La campagne digitale intégrée cible les utilisateurs sur les pages de Tamedia, NZZ-Netz, les médias CFF, YouTube, Facebook et Instagram ainsi que sur les réseaux publicitaires tels que Doubleclick ou adwebster.

Cette configuration programmatique permet à Webrepublic de surveiller l'efficacité des actions publicitaires sur l'ensemble des plate-formes et d'optimiser les interactions avec l'utilisateur. Afin de mesurer la réussite de la campagne, une configuration d'analyse Web, constituant la base d'un reporting standardisé et multi plate-formes, a été préalablement mis en place.

Résultats: trafic hautement pertinent grâce à un ciblage spécifique et une optimisation continue

En deux semaines, la campagne a atteint

- ★ 30 millions de contacts,
- ★ 600 000 vues de la vidéo dans son intégralité,
- ★ un total de 200 000 évaluations sur <http://satisfaction-cff.ch>,
- ★ 45 000 clics,
- ★ 34 000 conversions
- ★ un taux de conversion de 75%.

Grâce aux retours clients, les données des groupes cibles, collectées lors de l'enquête de satisfaction, pourront être utilisées pour de futures campagnes programmatiques. Cela permettra ainsi de cibler les groupes utilisateurs avec du contenu pertinent.



**«Grâce à un contrôle program-
matique et à une optimisation
continue, les CFF ont pu atteindre
leur groupe cible avec le bon
message et au bon moment: les
34 000 conversions le prouvent.»»**

**Tobias Zehnder,
Co-fondateur et partenaire,
Webrepublic SA**

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

