

Étude de cas

AUGMENTATION DES VENTES ET DE LA NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE GRÂCE AUX TESTS EN CONTINU, AUX VISUELS DYNAMIQUES ET À UN MIX DE CANAUX ÉTENDU

En vue d'accroître la notoriété de la marque et les ventes, yallo et Webrepublic misent sur un cadre de marketing digital combinant les domaines de la création, des médias et du remarketing afin de réorienter l'ensemble des activités digitales. Des tests A/B menés en continu et des annonces dynamiques favorisent la compréhension du groupe cible des différents canaux, ce qui se traduit par une amélioration de la pertinence des annonces et donc de leurs performances.

SITUATION DE DÉPART

En 2018, yallo étend sa gamme avec des offres postpaid et entreprend un rebranding. Conséquence: toutes les activités de marketing digital doivent être réorientées. Webrepublic se charge de la consolidation et endosse la responsabilité du budget des canaux numériques de yallo, tout en élaborant une structure de campagnes exhaustive et optimisée pour le groupe cible.

OBJECTIFS

- ★ Augmentation de la notoriété de la marque concernant la nouvelle gamme
- ★ Promotion des ventes en ligne
- ★ Rationalisation des charges grâce à une mobilisation ciblée des ressources

MESURES

Webrepublic opte pour un cadre de marketing digital combinant les domaines de la création, des médias et du remarketing. Les canaux numériques comme Facebook, Google, Instagram, Snapchat, les newsletters ou Tinder sont coordonnés au sein des campagnes et leur efficacité est testée. La clé: une approche dynamique et créative qui permet d'adresser des contenus pertinents aux différents groupes cibles sur chaque canal.

Les tests A/B fournissent des informations importantes sur le comportement des utilisateurs et la performance des différents canaux, favorisant l'optimisation permanente du mix de canaux. Les échanges réguliers entre les équipes Webrepublic impliquées (gestion de projet, SEA, Graphics, Social Media et Programmatic) et l'équipe de yallo contribuent à un processus de travail souple qui garantit une optimisation permanente conformément aux objectifs définis.

RÉSULTATS

- ★ Ventes en ligne: Augmentation de 60% des ventes en ligne en glissement annuel
- ★ Notoriété de la marque: Augmentation significative de la notoriété de la marque
- ★ Compréhension claire de l'ensemble des canaux numériques et des groupes cibles correspondants

EXEMPLES DE CAMPAGNES TINDER

Utilisation de visuels propres au canal sur Tinder

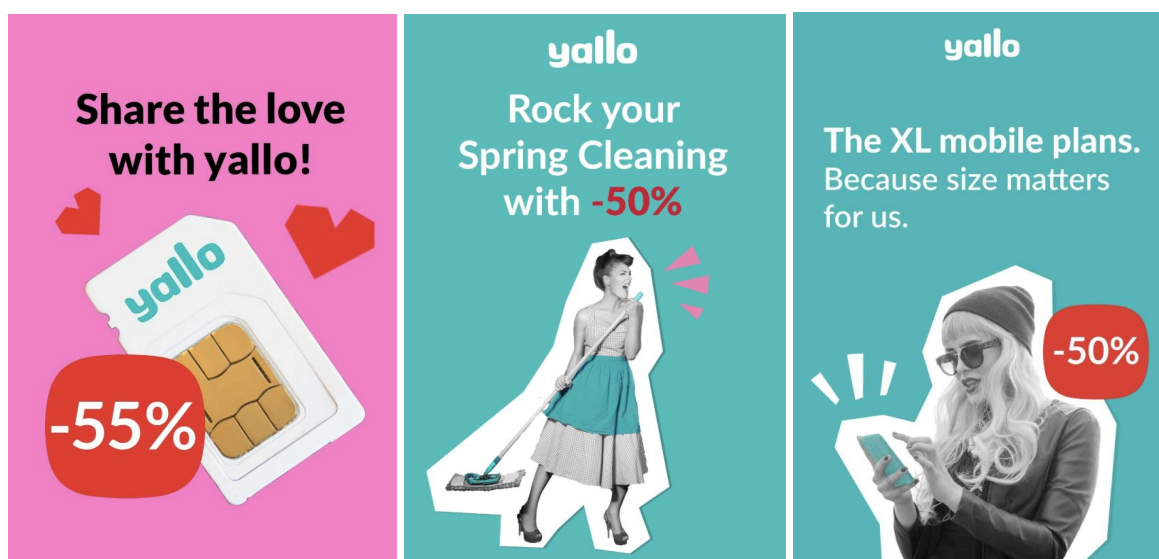
Le groupe ciblé par yallo sur Tinder représente un segment très spécifique, à savoir celui des «millennials» et de la Génération Z. Les conceptions visuelles et les formulations sont adaptées spécifiquement au canal et au groupe cible. Par ailleurs, les circonstances saisonnières comme les jours fériés ou les saisons sont reflétées dans les visuels et diffusées de manière souple et efficace grâce au programmatique garanti DV360. Cela permet de s'assurer en permanence de



l'adéquation du contenu selon le groupe cible. Grâce au placement sur Tinder, yallo a vu son taux d'engagement et son trafic augmenter de manière spectaculaire.

Résultats:

- ★ 84% de réduction du coût par clic sur mobile
- ★ Taux de clics 40% supérieur au benchmark Tinder



«Grâce à la souplesse et au soutien apporté par Webrepublic, nous avons réussi à lancer des campagnes multicanaux en moins d'une semaine, de l'idéation à l'exécution.»

YANN DUPONCHEL, responsable du marketing digital, yallo

«L'environnement caractérisé par une évolution rapide et constante a d'abord constitué un défi, mais nous avons atteint nos objectifs grâce à une bonne organisation et à un travail assidu, tout en apprenant les uns des autres et les uns avec les autres, jour après jour.»

JULIA TREUDLER, Senior Client Solutions Manager, Webrepublic AG

