PROSPECTION & VENTES B2B VIA CAMPAGNES GOOGLE ADWORDS SEARCH & DISPLAY (ACQUISITION - RETARGETING)

Rapport d'intervention pour les 6 premiers mois

Client : Manutention

Manutention (nom choisi pour des question de confidentialité) est une société établie depuis plus de 30 ans dans le secteur de manutention & logistique.

Que fait Manutention ?

La société fournit une gamme complète d'équipement de manutention traditionnels : chariots élévateurs, transpalettes, gerbeurs et fournitures industrielles diverses.

Qui sont ses clients ?

- Professionnels de Transport
- Tout secteur d'activité équipé d'entrepôts, de rayonnages

Performance de la Prospection via Adwords en 6 mois

- Gain en **notoriété** : 2.674.270 vues
- Apparition de **la marque** dans les **requêtes naturelles**
- **Visiteurs** qualifiés générés par Adwords : 5.264
- **Leads** (Conversion) : 302 (ne tient compte que des demandes de devis).
- **Retargeting ciblé** : Grâce à la retargeting, les prospects ayant quitté le site sans prendre action, sont relancé de manière personnalisée.
- **Budget** : moins de 30 euros /jour



Manutention a généré en 6 mois via la Technologie Google Adwords 2,674,270 vues, 5264 visites et au moins 302 leads.

Contexte

L'entreprise vient de lancer une nouvelle marque à l'occasion de mise en ligne d'un site marchand. Le principal enjeu exprimé par le PDG de la société, dans un contexte très concurrentiel, est de rendre visible très rapidement la nouvelle marque et de positionner l'offre sur la Place de marché Google : le principal moteur de recherche.

Les 2 sites mis en place dans la société, institutionnel et marchand peinent à produire des résultats.

Un audit des sites pour identifier les problèmes de visibilité naturelle, problèmes techniques, ergonomiques et de conversion s'impose naturellement.



Challenge

Le challenge est double. Tout d'abord, faire connaître la marque très rapidement. Les canaux en usage dont l'emailing et le référencement naturel utilisés ne produisent pas de résultats.

Un autre challenge, et non des moindres, provient du fait que la place de marché sur Google est occupé par un volume considérable de requêtes contenant l'orthographe exact et des variantes de la marque qui polluent les résultats des recherches.

Remarque : Faute d'étude de marché préalable, la marque choisie est déjà utilisée massivement dans les requêtes saisies sur le moteur de recherche.

Challenge exprimé en Objectifs

La demande du client s'exprime de la manière suivante :

• Augmenter la visibilité du site vs. marque rapidement

• Générer des prospects et des ventes via le site

• Orienter les clients existants vers la nouvelle marque

• Obtenir tous les mois le rapport des performances

L'objectif global se traduit par la réalisation d'une **stratégie de prospection digitale active** autour du site marchand.

C'est dans ces conditions que je propose les canaux Adwords Search (Acquisition et Retargeting) et Display (Acquisition et Retageting)

Solutions Mises en Oeuvre

Améliorer le parcours du prospect

L'audit du site s'est conclu par des préconisations pour améliorer l'ergonomie du site dans sa globalité et en particulier le parcours du prospect et la mise en évidence des Boutons d'Action pour augmenter le taux de conversion du site :

• Transformer le panier d'achat en devis

• Demande directe de devis via un formulaire

• Appeler le service commercial ou d'être appelé

• Demande d'informations via le formulaire de contact

• Création de compte utilisateur

• Inscription au news letter

• Appels téléphoniques entrants

Accompagnement dans la mise en oeuvre

Des réunions de travail nous ont permis d'élucider le contenu du rapport d'audit et d'examiner ensemble en temps réel le parcours de client sur le site. Des recommandations formulées sous forme de compte-rendu, ont pu faciliter la communication de l'entreprise avec les prestataires chargés du développement et de l'amélioration des sites.

Fonder campagnes Adwords sur 3 Stratégies

Les campagnes Adwords sont fondées sur 3 types de stratégies et d'objectifs : **Acquisition de notoriété , Acquisition de Prospects, Relance personnalisée**. J'ai utilisé les canaux : SEARCH et DISPLAY de Google Adwords. Ils sont utilisés en acquisition initiale et en relance.

Elaborer une Tactique de Présence Ciblée et Etendue

La prospection digitale est l'art de rencontrer le prospect sur le Web à tout moment à son point de contact du moment.

Pour positionner le site marchand de Manutention auprès des prospects, j'ai élaboré des campagnes du type suivant :

1. **Campagnes Search** pour toucher le prospect sur Google, en tête des résultats, par un large éventail de mots clés ciblés et paramétrés, selon les règles de l'art.

2. **Campagnes Display** pour toucher le prospect sur une sélection de sites dont l'audience correspond au profil des professionnels recherchés. Les sites sont sélectionnés et mis à jour manuellement suivant l'analyse de leur performance. Ce type de campagne a un **double bénéficie** : Il participe de manière étendue et gratuite à l'acquisition de notoriété et génère du trafic naturel via des requêtes contenant la marque.

3. **Campagnes Remarketing** Dans les meilleures des cas, seuls 5% des visiteurs d'un site B2B réalisent les actions de conversion alors que 95% quittent le site. J'utilise le Retargeting pour relancer ces derniers et les faire revenir sur le site.

Faire évoluer la technologie mis en oeuvre

La technologie et les fonctionnalités de Google Adwords évoluent sans cesse, proposant de nouvelles manières d'approche du marché et de nouvelles opportunités d'acquisition de leads.

J'actualise mes connaissances et mon savoir-faire au rythme des formations hebdomadaires de mise à niveau proposées par Google aux spécialistes. Cela permet de faire évoluer les campagnes du client pour qu'il bénéficie des avantages des dernières technologies de prospection via campagnes Adwords.

Résultats des Campagnes

Les résultats des campagnes Adwords sont visibles et mesurables dès leur lancement. J'ai élaboré un **tableau de bord dynamique** en utilisant une technologie innovante de Google pour faciliter le suivi des performances des campagnes par le client sur la période de son choix.

Le tableau de bord affiche les chiffres globaux des campagnes et les indicateurs principaux.

Les résultats extraits à partir de ce tableau de bord pour les 6 premiers mois d'intervention sont les suivants :

PERIODE : **6 mois du 10 mai 2017 au 10 novembre 2017**
(Remarque : les résultats ne sont traçés que depuis le 5 juin en raison de non disponibilité de Google Analytics sur le site)

Affichage d'annonces : **2 674 264 vues** gratuites
Visites générés sur le site : **5 264** (dans la limite de 30 euros/j)
Conversions dans la mesure de tracibilité : **302** (toute action)

Performance du canal SEARCH : Dépense et Conversion
SEARCH chariot : 841,33 € - **64** conversions
SEARCH transpalette : 761,63 € - **73** conversions
SEARCH Location : 95,87 € - **32** conversions
SEARCH gerbeur : 470,76 € - **31** conversions
SEARCH Brand : 226,96 € - **46** conversions
SEARCH Formation : 115,25 € - **10** conversions
SEARCH Traction Nettoyage : 41,80 € - **14** conversions
SEARCH Preparateur Commande : 16,18 € - **0** conversions

REMARK SEARCH : 4,98 € - **0** conversions

Performance du canal DISPLAY : Dépense et Conversion
DISP EMPLACET Géré : 910,70 € - **29** conversions

REMARK DISPLAY : 369,61 € : - **3** conversions