PROSPECTION B2B VIA CAMPAGNE GOOGLE ADWORDS

Cas d'Expérience d'un Fournisseur de Système de Nettoyage

Qui est VAPSTEAM ?

VAPSTEAM (nom modifié pour secret professionnel) est filiale d'un groupe industriel. Elle fonctionne de manière indépendante.

Que fait VAPSTEAM ?

L'entreprise commercialise une marque allemande de matériel et des systèmes de nettoyage de vapeur sèche.

Qui sont ses clients ?

- Secteur Agroalimentaire
- Fabricants industriels
- Professionnels d'Automobile

Performance de la Prospection via Adwords en **3 ans**

- Gain en **notoriété** : 52.556.874 vues
- **Visiteurs** qualifiés générés (clics) : 113.215
- **Leads** (Conversion) : 1.314 (ne tient compte que de prise de contact initiale via des formulaires)
- Augmentation du **Chiffre d'affaires** : +60% en 3 ans
- Gain de clients récurrents dont le groupe **Andros** qualifié de déterminent.
- Gain en productivité des commerciaux et cohésion d'équipe Marketing et Commerciale
- Budget Total : 50 euros /jour



VAPSTEAM génère plus de 50% de son CA grâce à la prospection via Adwords

Contexte

J'ai rencontré le responsable commercial de la société grâce à la recommandation d'un client. Le site avait été refait pour la deuxième fois sans produire des résultats.

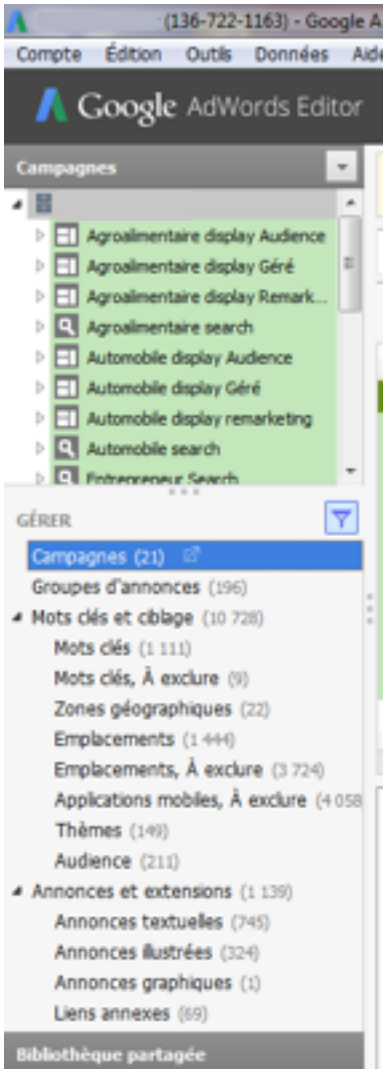
La demande initiale consiste à faire un audit de site pour identifier et résoudre les problèmes techniques, de visibilité et de conversion.

Challenge

L'équipe commerciale n'arrive pas à redresser le taux de croissance du chiffre d'affaires, en baisse depuis deux ans, par les moyens habituels de prospection.



Un Aperçu du volume et qualité du Travail



Objectifs

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

- Augmenter la visibilité du site
- Générer des prospects via le site
- Augmenter la qualité des prospects acquis
- Augmenter la visibilité auprès des clients existants
- Cibler de nouvelles zones géographiques et de marchés
- Augmenter le taux de remplissage de formulaire de devis

L'objectif global se traduisait en création d'une **stratégie de prospection digitale active** autour du site internet.

Solutions Mises en Oeuvre

Améliorer le parcours de prospect pour prise de contact

L'audit du site s'est conclut par une préconisation pour améliorer le parcours du prospect et la mise en évidence des Boutons d'Action de prise de contact tel que :

- Demande de devis
- Demande de démo
- Appeler le service commercial ou d'être appelé

Générer des Prospects via Campagnes Adwords

J'ai proposé au client d'utiliser le canal de prospection via des campagnes Adwords pour **cibler séparément les professionnels des trois secteurs** selon leurs problématiques et leurs besoins spécifique de nettoyage :

- Secteur Agroalimentaire
- Secteur industrielle
- Professionnel de nettoyage automobile

Elaborer une Stratégie de Prospection Optimisée

J'ai élaboré une stratégie pour toucher les professionnels de chaque secteur sur l'ensemble du processus d'achat :

- Au moment où ils s'informent
- Au moment où ils comparent les différentes solutions
- Au moment où ils arrêtent leur choix sur un système de nettoyage à vapeur sèche (Spécialité de VAPSTEAM)

Ne laissez plus le hasard choisir pour vous !

Prenez le contrôle de votre Prospection Commerciale :

- Toucher vos prospects au bon endroit au bon moment à moindre coût avec un taux de conversion et un Retour sur l'Investissement élevé.

C'est la promesse des campagnes que je gère pour mes clients B2B depuis plus de10 ans.

Demandez une simulation de prospects potentiels pour votre activité B2B.

Appelez : **06.17.57.17.52**

Envoyez votre demande : **contact@axizebusiness.com**

Votre interlocutrice :

Rouhina RAHBARIAN

Spécialiste aguerrie de la Prospection Digitale via Adwords

Echangeons sur LinkedIn :

https://www.linkedin.com/in/rahbarian/

Elaborer une Tactique de Présence Ciblée et Etendue

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

Pour positionner le site de mon client auprès des prospects, j'ai créé pour chacun des 3 secteurs ciblés : Agroalimentaire, Industrie et Automobile, des campagnes de types suivants :

1. **Campagne Search** pour toucher le prospect sur Google, en tête des résultats, pour un large éventail de mots clés.

2. **Campagne Display** pour toucher le prospect sur une sélection de sites où il s'informe.

3. **Campagne Remarketing** pour relancer le prospect sur Google et sur des sites web et le faire revenir sur le site durant le cycle d'achat qui s'étale au minimum sur 30 jours dans B2B. Ce type de campagne a un double bénéficie : Il réduit le coût au clic et augmente le taux de prise de contact.

Résultats

Les résultats de campagnes Adwords sont visibles et mesurables dès leur lancement. Les résultats cumulés sur une période de 3 ans sont portés sur la première page de ce document. Ici, je présente les résultats obtenus pour les *Professionnels de l'Automobile* sur une période de 90 jours :

PERIODE : **90 jours**

Campagne Automobile **Search** (budget **10 euros par jour**)
Nombre de prospects touchés : **11993**
Nombre de prospects venus sur le site : **1997**
Nombre de formulaires reçus : **130 leads**

Campagne Automobile **Display** (budget **4 euros par jour**)
Nombre de prospects touchés : **268681**
Nombre de prospects venus sur le site : **1029**
Nombre de formulaire reçus : **62 leads**

Campagne Automobile **Remarketing** (budget **2 euros / jour**)
Nombre de prospects relancés : **32948**
Nombre de prospects qui sont revenus sur le site : **738**
Nombre de formulaires reçus : **37 leads**

RESULTATS CUMULES pour le secteur Automobile : **229 prospects acquis** pour un coût de **16 euros/Jour**). Ce chiffre **ne tient pas compte** des prospects ayant appelé sans passer par le formulaire de prise de contact ou demande de devis. Le nombre de leads initialement acquis est donc bien **supérieur à 229**. (le résultat dans la limite de 16 euros/j).