

Publicité Solumi.fr – Exemple

Dans un soucis de confidentialité, nous ne pouvons pas partager les stratégies publicitaires réalisées pour nos clients.

Voici cependant un exemple de cas client :

Le client diffusait des publicités créées par lui-même sur Google Ads. Il nous a consulté pour auditer sa campagne et l'optimiser. Le budget mensuel n'a pas évolué et reste modique (Env. 200€/mois)



A gauche, la campagne AVANT optimisation, à droite APRES.

Le nombre de clics est en chute nette. Sommes-nous mauvais alors ? Non.

La publicité était mal configurée, ainsi que le ciblage et les actions de conversion. Voici en vrac :

- Google diffusait la publicité sur le réseau Display, c'est-à-dire les encarts publicitaires disposés sur des sites tiers, et la publicité du client n'était absolument pas adaptée à ce format, donc très peu performante
- Aucun ciblage. Les analyses montrent que la majorité des vues sur la publicité sont les Hommes de +65 ans, ce qui est à l'opposé complet de sa clientèle cible.
- Ciblage toute France, le client cherche à viser des locaux
- 91% des vues de la publicité sont sur Tablette, alors que cela représente 0.81% du trafic sur le site. Encore une fois, manque de ciblage
- Diffusion des publicités très majoritairement la nuit entre 02h00 et 05h30 du matin, à l'opposé des cibles qui sont des Actifs.

Avant intervention :

Il en résultait un nombre élevé de clics, mais qui sont réalisés par des personnes ne correspondant pas du tout à nos cibles. Et donc un coût par conversion (vue d'une page de réservation) considérable de 7.5€/page vue, et moins d'une dizaine de conversion par semaine.

Notre travail a été de cibler de manière beaucoup plus fine les personnes à qui sont envoyées nos publicités, choisir les bons canaux de diffusion, et retravailler la totalité des annonces pour les rendre plus qualitatives.

Après intervention :

A budget égal, le nombre de conversions a été multiplié par plus de 230 (En moyenne 8/J VS 187/J) Et le coût moyen par conversion est passé de 7.5€/page à 0.285€/page, soit 27 fois moindre. Pour mettre les chiffres en lumière, pour atteindre ce résultat avant, il aurait fallu dépenser 5400€/mois au lieu des 200€ actuels.