

Le portail ekwiaty.pl est aujourd'hui accessible aux clients de toute la Pologne, grâce aux Adwords de Google.

Les occasions d'offrir de fleurs se présentent tous les jours : un anniversaire, une fête, un mariage... Mais il ya aussi des dates dans le « calendrier floral » qui font fortement augmenter l'intérêt des utilisateurs pour ce type de service : la Fête des Mères, la St Valentin, la journée de la Femme et tant d'autres. Ainsi, chaque jour des milliers de personnes, veulent offrir des fleurs à quelqu'un, quelque part.... Afin de répondre à cette demande du marché, la société Power Investment M. Krzymowski Sp.Jawna, a vu le jour, société propriétaire du site internet www.e-kwiaty.pl . Ce site se spécialise dans la vente et la livraison de fleurs, dans toute la Pologne (commandes passées sur internet, par fax et par téléphone).

Stratégie :

A la recherche d'une méthode efficace, pouvant lui amener de nouveaux clients en Pologne et à l'étranger, en 2006, la société Power Investment, en collaboration avec l'agence de marketing Performance Média, a commencé à lancer des campagnes publicitaires avec les AdWords de Google. Une grande partie des ventes de fleurs sont réalisées sur Internet, le but de cette campagne publicitaire était d'amener les clients sur le portail de e-kwiaty.pl, et de leur donner envie de passer commande.

L'agence Performance Média a préparé le déroulement stratégique de la Campagne AdWords de Google. Deux campagnes ont été mises en place : la première ou les publicités étaient diffusées dans le Moteur de Recherche Google.pl, et la seconde campagne, diffusée sur les sites des partenaires de google.pl. Le budget a, ainsi, pu être utilisé de façon à tout mettre en œuvre pour avoir une campagne prometteuse.

Les mots clefs pour cette campagne publicitaire ont été divisés en 2 groupes. Dans le premier, on retrouvait tout les mots « faisant penser au sens propre, directement aux fleurs», pouvant attirer les internautes tout au long de l'année : fleuriste internet, livraison de fleurs, bouquet.... Alors que le second groupe englobait plutôt les mots liés au « calendrier floral » ; Fête des Mères, fleurs pour la Saint Valentin...

Afin d'attirer l'attention de clients potentiels, des annonces publicitaires accrocheuses étaient présentes pour pousser l'internaute à agir : Choisis des fleurs. Elles faisaient rappeler à l'utilisateur la possibilité d'une livraison rapide dans toute la Pologne.

L'efficacité de la Campagne pouvait être mesurée grâce aux fonctions de suivi des conversions, disponible directement sur le compte d'AdWords.

Ce service permet d'observer les actions entreprises par les internautes sur le site en question. On peut ainsi vérifier comment le juste « clic » sur les publicités influence la commande de fleurs. Cette analyse permet au publicitaire de connaître de manière précise combien lui coûte l'acquisition par le Moteur de Recherche de chaque nouveau client.

Dans le secteur floral sur internet, il y a des périodes clefs, des dates importantes, des fêtes, ou la tradition influence l'achat de fleurs. Ces périodes font gagner aux fleuristes du Net, une grande partie de leur Chiffre d'affaires annuel. Durant ces périodes, l'intérêt pour les publicités florales, ainsi que les ventes de fleurs augmentent fortement.

Durant ce moment de croissance, il est important de vérifier régulièrement la position des mots clefs les plus utilisés, mais aussi de vérifier leurs prix au clic. Comme le souligne le Président de Performance Média, Mr Wojciech Jakoniuk : « Au moment où les ventes augmentent, l'optimisation de la campagne publicitaire, l'observation du positionnement, l'analyse des coûts, et la conversion se font sans-cesse. »

Résultats :

Les actions publicitaires dans les AdWords de Google mises en place, systématiquement le nombre d'utilisateurs du site e-kwiaty.pl, augmentait, ce qui impliquait une augmentation des commandes de fleurs. Le choix stratégique, d'avoir adapté le budget de la Campagne au « calendrier floral » a permis d'utiliser au maximum le potentiel et l'offre de la société.

La Campagne a été menée dans les Moteurs de Recherches et dans les réseaux partenaires de Google, en Europe et en Europe de l'Est. En 12 mois, jusqu'à fin février 2009, la publicité a été vue environ 135 millions de fois, ainsi près de 150 000 internautes ont visité le site e-kwiaty.pl. Ces visites ont fait augmenter les ventes d'environ 5%. En comparant les résultats de cette Campagne publicitaire, par rapport aux autres campagnes des années précédentes, on note une augmentation des visites et des ventes. Ces augmentations étant le résultat des publicités AdWords.

M Piotr Nosek, copropriétaire du site www.e-kwiaty.pl :

- « Depuis le début de notre collaboration, avec la société Performance Média, qui gérait la Campagne des AdWords de Google, nous avons constaté une augmentation des ventes. Notre offre atteint aujourd'hui, un réseau beaucoup plus large d'utilisateurs, point très avantageux pour notre activité. Cela nous permet d'acquérir de nouveaux clients, dans toute la Pologne. Clients fidèles et satisfaits ! ».