

SEM : Optimisation de campagne publicitaire

Présentation de la société :

Trader Media East est le leader de la publication d'annonces parues la presse et sur Internet, en Europe centrale et en Europe de l'Est. Propriétaire de 4 portails diffusant des annonces :

- Autotrader : achat/vente de véhicules
- Domipora : achat/vente de biens immobiliers
- KupSprzedaj : site regroupant diverses annonces regroupées par catégorie
- Tabor 24 : achat/vente de machines et de véhicules utilitaires

Stratégie mise en place par Performance Média :

- Optimisation de la campagne publicitaire en augmentant la conversion
- Analyse détaillée du trafic sur le site
- Conseils et recommandations dans la structure du site, afin de le rendre plus facile et plus agréable à l'utilisation.
- Développement du vocabulaire autour du mot clef « dlugi ogon »
- Modification des contenus publicitaires en augmentant le « click-through rate »
- Analyse du fonctionnement Landing Page, répondant aux demandes des internautes
- Préparation et réalisation d'une stratégie de mise en place de tarifs
- Elaboration du CPC (cost per click) le plus bas , assurant l'atteinte du but
- Utilisation des outils Google API, permettant de fixer automatiquement des tarifs en fonction du trafic sur le site à un moment donné
- Optimisation de la campagne publicitaire dans les réseaux « liés au contexte », large diffusion. Tout en éliminant les pages internet « made for adsense ».

Dans la campagne a été mesurée, pour le client, la conversion : déterminer le nombre d'utilisateurs, qui après être entrés sur le site par l'intermédiaire d'un lien, ont réalisé l'une des actions souhaitée par le propriétaire du site (déposé une annonce).

Quotidiennement, nous réorientons vers ces sites quelques milliers de personnes qui cherchent à acheter/vendre un véhicule, un appartement, une machine agricole, des vêtements.... Chaque jour, des centaines d'utilisateurs déposent ainsi des annonces payantes et gratuites.

Pour Trader, Performance Media a effectué un service complémentaire : l'analyse du trafic du site à l'aide de Google Analytics. Il était important de vérifier si le mécanisme d'ajout d'une annonce n'était pas trop compliqué pour les utilisateurs. Mais aussi de faire analyser le contenu de chaque page du site. Ainsi ont pu être mises en avant les pages internet qui voient passer le plus

Trader

grands nombres de visiteurs, celles qui donnent envie aux utilisateurs de rester sur le site mais aussi celles sur lesquelles ils n'ont pas envie de s'attarder.

La société Trader, utilise les données et conseils d'amélioration transmis par Performance Média, afin d'améliorer ses services. Grâce au bon déroulement de la campagne du lien sponsorisé sur Google, une forte croissance du trafic sur le site a été remarquée. La plus large diffusion des services offerts a amené l'augmentation du nombre d'utilisateurs (vendeurs), augmentant ainsi le nombre d'annonces déposées sur le site. En conséquence, les autres utilisateurs (acheteurs) ont eu accès à une plus grande diversité et quantité d'annonces, les motivant à passer par les services de Trader.

Résultats :

Opérationnels :

- Augmentation de la position par rapport au nombre de CTR (click-through rate) défini dans le champ du vocabulaire
- Développement à plusieurs reprises des mots clefs
- Mise en place d'une stratégie de fixation des prix semi-automatique
- Elimination du vocabulaire ayant un grand « bouce rate » et une conversion de zéro

Stratégiques :

- Diminution de 60 % du CPC (cost per click)
- Augmentation du trafic de 200%
- Amélioration de la qualité du trafic