



Rentabilité et retour sur investissement accrus pour une entreprise d'ameublement

Filiale du groupe Auchan, l'enseigne **Alinéa**, spécialisée en ameublement depuis 25 ans, a réussi sa transition vers une activité de vente multicanale malgré une concurrence intense entre pure-players et clicks-and-mortar.

Forte de 29 points de vente et 2600 collaborateurs, Alinéa utilise aussi des solutions marketing pour générer du trafic sur son site et relayer ses offres promotionnelles.

Sa stratégie de search marketing s'avère alors particulièrement importante dans la mesure où les moteurs de recherche représentent souvent le premier pas dans un parcours d'achat. Toutefois, du fait de l'inflation annuelle des CP constatée sur ses canaux traditionnels, l'opportunité de communiquer sur Bing Ads devenait de plus en plus pressante pour l'équipe marketing d'Alinéa.

"Notre référencement payant faisait face à nos plus gros concurrents qui investissaient sur les mêmes mots clés" constate Anne-Lise Sulmoni, chargée e-marketing d'Alinéa. "Bing Ads nous a permis d'être plus agressifs grâce à des coûts plus abordables. Nous voulons contrôler le coût de notre trafic vers le site Web d'Alinéa, et à ce titre Bing Ads se montre plus avantageux".

Ciblage du marché des meubles et de la décoration de la maison

Depuis ses débuts sur Bing Ads en décembre 2014, Alinéa cible une audience large, même si certaines campagnes visent plus spécifiquement les femmes entre 25 et 60 ans ou certaines régions françaises grâce au ciblage géographique.

Sur les conseils de l'un de ses partenaires en communication digitale, Atomic Search, le détaillant exploite pleinement les fonctionnalités offertes par Bing Ads. Parmi celles-ci, l'utilisation de liens annexes — ces liens supplémentaires qui apparaissent dans l'annonce et dirigent les clients vers des pages spécifiques du site d'Alinéa. Les extensions d'emplacement et d'appel fournissent par ailleurs

Étude de cas

Alinéa
Mobiliier & décoration

Client : Alinéa

alineaf.fr

Réseaux sociaux :  

Secteur : Retail

Marché : France



Coût par clic 10 à 20 % moins élevé



Taux de clics supérieur de 15 %

l'adresse de ses points de vente et leur numéro de téléphone que l'internaute peut composer directement à partir du résultat de sa recherche.

Alicia Reyre, consultante search marketing chez Atomic Search, nous précise : "Nous cherchons à rendre nos annonces attractives et informatives en combinant liens et extensions. Il nous arrive d'ajouter des images à nos annonces selon nos objectifs — c'est un outil parfait pour augmenter notre visibilité dans la page de résultats.

Bing Ads Editor s'avère simple à utiliser et suffisamment pratique pour ce genre d'optimisations et de modifications de masse. De plus, le service client de Bing Ads est toujours à notre écoute — réactif et disponible, pédagogue si besoin."

Enfin, c'est le Simulateur d'Enchères de Bing Ads qui retient particulièrement l'attention d'Alinéa. Il permet en effet aux marketeurs d'ajuster leurs enchères pour un mot clé en fonction des estimations de coûts, de nombre de clics, d'impressions et d'impressions en première page après avoir simulé différents niveaux de prix dans un environnement concurrentiel.

"L'outil permet d'avoir une vision concrète des répercussions de nos modifications effectuées sur nos campagnes, avant même quelles ne soient en ligne" témoigne Anne-Lise Sulmoni.

Retour sur investissement plus rapide avec Bing Ads

Bing Ads offre à Alinéa un retour sur investissement plus rapide par rapport aux moteurs de recherche concurrents. Sur les mots clés hors marque, les coûts par clic de Bing Ads sont en moyenne 10 à 20% moins élevés avec un taux de clics supérieur de 15%.¹

Au regard de ces indicateurs de performance, Alinéa n'hésite pas aujourd'hui à investir près d'un tiers de son budget de search marketing sur Bing Ads, un trafic qualifié et abordable qui fournit ainsi plus de 30% du trafic issu du référencement payant.

Anne-Lise Sulmoni note : "Avec Bing Ads, nous bénéficions de rapports très détaillés et régulièrement de nouvelles fonctionnalités. C'est simple à utiliser avec une interface unique pour gérer deux moteurs en pleine croissance tout en offrant la possibilité d'importer les campagnes de liens sponsorisés existantes. C'est un gain de temps précieux".

"Je conseillerais d'utiliser tous les outils que propose Bing Ads en fonction des objectifs marketing que l'on définit" conclue--elle.

Mise en route

Connect    

1. Performances constatées sur la période 22 avril - 3 juin 2015 sur l'ensemble des mots-clés hors marque. 2. comScore qSearch (custom), septembre 2015; comprend les sites de Microsoft et de Yahoo en France.
This document is for informational purposes only. MICROSOFT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY.

Bing Network

Atteignez des millions d'internautes uniques sur le Bing Network en France.²



19 million
d'internautes uniques²



459 million
of recherches par mois²