

# Avantage Ford stimule sa présence en ligne à l'aide du programme D3



## 65%

AUGMENTATION  
DES RÉSULTATS  
DE RECHERCHE PAYANTE



## 19%

AUGMENTATION DES  
DEMANDES TÉLÉPHONIQUES



## x 2.4↑

AUGMENTATION  
DES VISITES WEB



CROISSANCE ANNUELLE  
DES VENTES

## Aperçu

Avantage Ford cherchait à stimuler sa présence de marque à titre de leader dans la vente de camions. La concession s'est associée à D3 afin d'élaborer un plan de marketing numérique intégré misant sur le site web et les solutions de publicité numérique de D3.

## Objectifs

- + Développer la présence de marque et être reconnu comme l'un des plus importants fournisseurs de camion
- + Optimiser le rendement des recherches et la visibilité en ligne
- + Stimuler les demandes de haute qualité et augmenter les ventes de camions

## Solution

- + D3 s'est associé à Avantage Ford pour l'aider à élaborer et à mettre en œuvre un plan de marketing concret qui l'aide à atteindre ses objectifs. Notre équipe de spécialistes numériques a optimisé les performances du site afin d'améliorer la visibilité de recherche et d'encourager les visiteurs en ligne.
- + Nous avons employé une stratégie de publicité numérique qui consistait en annonces sur écran et en recherches payantes gérées. Cela nous a permis de cibler un auditoire qualifié afin d'accroître notre présence et de stimuler les pistes de haute qualité.

## Tactiques de solutions intégrées

- + Création d'un site Web personnalisé pour la concession afin de promouvoir ses objectifs et d'optimiser l'expérience des utilisateurs
- + Mise au point d'une stratégie de contenu et de soumission visant à améliorer l'efficacité des recherches payantes
- + Mise en œuvre d'une page d'accueil personnalisée pour les véhicules F-150, Focus et Escape
- + Création de texte publicitaire personnalisé afin de promouvoir les camions en stock
- + Utilisation des boutons d'appels sur les annonces de recherches payantes afin d'augmenter les pistes téléphoniques

## Résultats de campagne (entre avril et novembre 2016)<sup>1</sup>

- + Les demandes de recherches payantes ont augmenté de 65 %
- + Les demandes téléphoniques ont augmenté de 19 %
- + Les visites de pages ont augmenté de 56 %
- + Les visites uniques ont été multipliées par 2.4

## Résultats cumulatifs (janv. à oct. 2015 vs janv. à oct. 2016)<sup>2</sup>

- + Augmentation générale des ventes de 16 %

<sup>1</sup>Analyse effectuée pour Avantage Ford entre avril et novembre 2016

<sup>2</sup>Ventes commerciales au détail, Ford Canada, octobre 2015 et 2016