



Campbell Ford convertit ses investissements marketing dans les médias traditionnels vers les plateformes numériques pour améliorer ses résultats



x4.6 ↑

AUGMENTATION
DES VISITES WEB



286%

AUGMENTATION
DE L'ACTIVITÉ
SUR SON SITE WEB



x4.7

AUGMENTATION
DES DEMANDES

Aperçu

Grâce à une nouvelle compréhension du parcours que suivent les clients, Campbell Ford voulait migrer ses activités marketing des médias traditionnels vers le numérique. La concession s'est alors associée aux services de publicités en ligne D3 pour lancer une campagne de marketing numérique avec comme objectif de concentrer le trafic sur son site Web et d'augmenter les demandes en ligne.

Objectifs

- + Mener le trafic vers le site Web
- + Promouvoir la section Aubaines du site Web du concessionnaire
- + Créer de nouvelles occasions de ventes et générer des demandes

Solution

- + D3 s'est associé à Campbell Ford afin de lancer des campagnes de publicité numérique, tirant parti des options de frais partagés pour les recherches payantes et des publicités sur écran de Ford
- + Pour élargir la portée de la concession et décupler ses résultats, des publicités dans les médias sociaux et des annonces dynamiques ont été ajoutées à la stratégie D3 DAS de Campbell Ford

Tactiques de publicité numériques

- + Création de stratégies d'enchères pour accroître l'efficacité des recherches payantes
- + Utilisation de mots-clés par géolocalisation (ex : concessionnaire Ford avec le nom de la ville) pour mener le trafic vers la section des aubaines du site Web
- + Texte personnalisé dans les annonces pour générer des interactions.
- + Développement des auditoires ciblés pour les annonces à l'écran et sur Facebook afin de stimuler les demandes de haute qualité
- + Promotion des véhicules en stock et des incitatifs en vigueur grâce aux annonces placées sur des milliers de sites Web que les clients potentiels visitent chaque jour
- + Résultats publicitaires suivis et optimisés tous les mois lors des analyses de rendement des services de publicités en ligne D3

Rendement de campagne (T3 2016 vs T4 2016)¹

- + Augmentation des visites web multipliées par 4.6
- + Augmentation de l'activité sur le site Web de 286 %
- + Augmentation du nombre total de demandes multiplié par 4.7