

GAMNED!

ATTEIGNEZ VOS OBJECTIFS MARKETING !

6 CLÉS DE SUCCÈS POUR GÉNÉRER DU TRAFIC SUR VOTRE SITE



VOTRE CHECKLIST :

CLÉ #1 : CHOISIR VOTRE MÉTHODE DE CIBLAGE

► Le ciblage en digital est crucial : pour attirer du trafic vers votre site web, pensez plutôt en termes d'audience planning que de media planning.

- **Captez les habitudes de navigation de vos cibles** : que font-elles dans la journée sur Internet, et où ?
- **Créez des whitelists de sites où vos cibles sont présentes**, via des outils d'analyse d'audience (Comscore, Médiamétrie...)
- **Intégrez à votre ciblage des données intentionnistes**, en vérifiant que votre gain de performance compense le coût d'achat de la data

Bon à savoir : Dans le monde, les utilisateurs d'internet passent 6h54 par jour à surfer sur la toile, contre 3h24 à regarder la télévision (streaming inclus). Le rapport comptabilise aussi 2h25 sur les réseaux sociaux, 2h02 à lire la presse (en print ou en ligne), 1h31 à écouter la radio, 60 minutes à utiliser un service de streaming musical et 54 minutes à écouter des podcasts. Le temps moyen passé au quotidien à jouer aux jeux vidéo dans le monde s'élève désormais à 1h et 12 minutes.

CLÉ #2 : SÉLECTIONNER LES BONS FORMATS PUBLICITAIRES

► Les formats display impactants et personnalisés sont ceux qui génèrent la meilleure performance en termes de génération de trafic web.

- **Mêlez des formats à fort taux d'engagement** (habillage) **et des formats moins onéreux** (native ou bannières IAB)
- **Intégrez le mobile à votre mix**, pour un mix device / formats optimal
- **Activez un format DCO** pour pousser vos produits *best-sellers* du moment

CLÉ #3 : ELARGIR VOTRE CADRE DE DIFFUSION

► Vos cibles peuvent être présentes partout sur Internet : pensez à choisir un cadre de diffusion large, tout en assurant la cohérence de vos campagnes avec votre image de marque.

- **Optez pour une méthode d'open auction** (enchères) pour rationaliser le coût de vos campagnes
- **Assurez-vous toujours du caractère brandsafe** de votre cadre de diffusion

CLÉ #4 : CHOISIR LE BON MOMENT DE DIFFUSION

► Choisir le moment propice pour communiquer, c'est comprendre le parcours de navigation de vos prospects et leur usage média. .

- **Etudiez les moments les plus propices pour communiquer** auprès de vos cibles
- **Synchronisez automatiquement vos campagnes à des événements extérieurs** (météo, plan média offline...)

Exemple: Les formalités dites administratives par Internet (ouverture d'un compte en banque, ou souscription à une assurance) se font principalement en semaine et en journée. Les recherches de produits "loisirs" ou de voyages se font plutôt en soirée ou le week-end.

CLÉ #5 : EXCLURE VOTRE BASE DE VISITEURS ET DE CLIENTS ACTUELS

► Inutile de dépenser du budget pour toucher de nouveau des prospects ou clients qui connaissent déjà votre marque : excluez-les de vos campagnes.

- **Taggez votre site** pour exclure la majorité de votre trafic existant

CLÉ #6 : MESURER LA PERFORMANCE DE VOTRE DISPOSITIF

► En analysant la performance de vos campagnes, non seulement vous calculez votre ROI, mais vous trouvez des pistes d'optimisation pour améliorer vos campagnes en continu.

- **Choisissez vos KPIs** : volume de visites généré, volume de visites qualifiées généré, coût par visite ou visite qualifiée, taux de nouveaux visiteurs...
- **Faites de l'A/B testing** pour mesurer l'incrément de visites sur votre site généré par vos campagnes
- **Faites du test & learn régulier**, pour tester de nouveaux ciblage, de nouvelles créas, de nouveaux messages

DES QUESTIONS ? UN PROJET ? UN BRIEF ?

CONTACTEZ-NOUS

CONTACT@GAMNED.COM