



# AdWords : un moyen économique d'élargir son marché à l'international

---

« AdWords nous permet de prospecter des cibles à l'étranger, avec des budgets limités largement inférieurs à ceux nécessaires pour des campagnes en offline »

**Nathalie Coquet**  
Responsable Internet

---



10 CHÂTEAUX-HÔTELS ET DEMEURES DE CHARME  
\*\*\*\*

---

## A PROPOS DE GOOGLE PUBLICITÉ

---

A tout moment, sur Google, les internautes recherchent des produits et services. Le programme de publicité Google AdWords permet aux annonceurs de capter des prospects qualifiés sur la base des mots-clés tapés par les internautes. Google AdWords est basé sur une tarification au coût par clic (CPC). Ainsi l'annonceur ne paie que lorsqu'un internaute clique sur son annonce. Les annonceurs bénéficient d'un très large réseau de diffusion et peuvent choisir le niveau d'aide et de dépenses adapté à leurs besoins.

---

Pour plus d'informations  
[www.google.fr/adwords](http://www.google.fr/adwords)

---

## Grandes Etapes Françaises : Châteaux-Hôtels et Demeures de charme

Créé en 1957, le groupe hôtelier familial Grande Etapes Françaises dispose de dix châteaux-hôtels et demeures de quatre étoiles implantés dans toute la France. La société propose des prestations de qualité et d'excellentes tables privilégiant les produits régionaux, le tout appuyé sur un patrimoine architectural, historique et culturel propre à la France.

La clientèle est composée de plus en plus d'étrangers : « 50% de nos visiteurs proviennent de l'étranger, principalement d'Europe et des USA » explique Nathalie Coquet, Responsable Internet du groupe. « Depuis un an, nous assistons aussi à une croissance du nombre de touristes issus du Brésil, de Russie ». Cette renommée internationale est soutenue par une présence sur Internet depuis 2003, « grâce à Google AdWords qui permet d'augmenter l'audience et donc les réservations en ligne avec des budgets abordables ».

## Toucher facilement les marchés internationaux avec AdWords

AdWords, le système publicitaire de Google, fait apparaître les annonces textes de Grande Etapes Françaises sur les pages de résultats lors de recherches faites par les internautes sur les mots clés se rapportent à l'activité du groupe. AdWords génère ainsi du trafic qualifié, ainsi que de la visibilité à moindre coût puisque le site ne paie que lorsqu'un internaute clique sur l'annonce.

Grande Etapes Françaises mise essentiellement sur AdWords pour augmenter ses ventes. Pour toucher les marchés éloignés, Grandes Etapes de France consacre 80% de son budget marketing Internet à l'achat de mots clés AdWords. Résultat : « d'après un sondage 40% de nos clients ont consulté internet avant de réserver – une minorité confirme directement sa réservation en ligne sans un contact téléphonique ou mail préalable ce qui rend difficile le calcul ROI », précise Nathalie Coquet, et le groupe a la possibilité de se faire connaître à l'étranger sans avoir besoin de maîtriser autant le marché et la cible pour lequel il fait campagne que s'il employait d'autres moyens classiques.

« L'année dernière par exemple, note Nathalie Coquet, nous avons eu beaucoup de réservations d'Australie pendant la coupe du monde de rugby, ce qui n'aurait pas eu lieu sans AdWords ». AdWords nous permet même de faire de la communication : « nous sommes régulièrement contactés par des journalistes étrangers qui nous ont trouvé nos coordonnées sur internet ».

## Stratégie pour 2009 : mieux cibler les annonces d'AdWords

La stratégie pour 2009 ? Cibler de manière plus efficace les marchés avec des requêtes plus précises Grande Etapes Françaises vise ainsi une clientèle d'hôtels quatre étoiles, en France comme à l'étranger : un travail de traduction des pages et des annonces, en Russe ou encore en portugais, va être effectué, afin d'élargir toujours plus les campagnes. « Nous pensons que Google AdWords est un outil indispensable sur les micros marchés comme le nôtre, et sur les marchés lointains » conclut Nathalie Coquet.