



AdWords : partenaire de croissance pour une entreprise en fort développement

« AdWords est aujourd'hui un des canaux les plus rentables en termes de trafic et d'acquisition. Cet outil nous a permis de développer notre société »

David Leray
Directeur Général

Vacances.com
Locations . Vols . Voyages . Bons Plans . Dernières Minutes



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

Vacances.com : Pionnier du Net !

Créé au début de l'ère Internet, en 1996, Vacances.com est un site d'intermédiation qui propose aux particuliers et aux professionnels de l'immobilier de mettre en avant leurs offres de locations de vacances ou saisonnières, en France comme à l'étranger. Traduit en six langues, le site connaît une audience pour 65% française, le reste provenant de toute l'Europe. Depuis dix ans, la société connaît une très forte croissance : +30% à +70% selon les années. Clé de cette progression : « Vacances.com met à profit Google AdWords depuis fin 2001 » explique David Leray, Directeur Général de Vacances.com.

AdWords est un outil de développement de la société

Grâce à AdWords, Vacances.com acquiert en effet à la fois une meilleure visibilité et du trafic. Le système publicitaire de Google affiche les annonces de Vacances.com sous forme de liens sponsorisés contextuels : le site apparaît sur les pages de résultats en fonction des mots clés liés aux activités et aux offres de la société. Parmi les avantages, le site ne paye que lorsqu'un internaute clique sur son annonce.

Les équipes de Vacances.com réalisent des campagnes tests, et les suivent tous les jours afin de les ajuster. Elles testent des annonces sur des couples de mots clés et des messages différents, en se mettant toujours à la place de l'internaute : « l'important est d'afficher en liens sponsorisés le message que l'internaute veut voir et non pas ce qu'on a envie de leur montrer ».

« AdWords se gère très facilement » insiste David Leray. « Des outils comme Google Trends par exemple (outil gratuit proposé par Google – ndlr) permettent d'analyser l'activité sur une annonce pour atteindre les volumes recherchés ».

Le site a vu ainsi son trafic augmenter en permanence. Et même si la société utilise tous types de publicité (achat de mots clés, achats de bannières, affiliation et partenariats, e-mailing, publicité papier), au fil des années les budgets offline ont été diminués au profit d'une stratégie 100% web. « Internet c'est pratiquement 100% de notre chiffre d'affaires et trois personnes sont en charge du marketing online chez nous, c'est dire l'importance que nous y accordons »

Un canal d'acquisition et de trafic facile d'utilisation et rentable

En 2009, Vacances.com a pour projet de lancer de nouvelles thématiques afin de renforcer son développement. Avec, comme stratégie sur AdWords, le lancement de campagnes plus efficaces permettant de cibler davantage le marché et de proposer « des offres bien positionnées en termes de prix et de qualité pour obtenir un meilleur ROI (retour sur investissement) ».

« Partenaire de la croissance de Vacances.com », Google AdWords demeure un canal d'acquisition et de trafic « facile d'utilisation et rentable pour la société » conclut David Leray. « Cet outil nous a permis d'évoluer plus rapidement que nos confrères qui n'utilisent pas AdWords »...