

GROUPE CHEVALLEY

Groupe Chevalley est agent officiel Mercedes-Benz, Mercedes-Benz Vans, Mercedes-AMG, smart, Bentley, Bugatti, Nissan, Hyundai, Volvo et Mazda. Le groupe dispose de sept (7) garages prestigieux de Genève à Nyon qui assurent un service de proximité à tous ses clients.

WSI a été mandaté pour gérer les campagnes Google Ads et les Facebook Ads du Groupe Chevalley afin de promouvoir leurs différentes marques de voitures, d'augmenter le trafic sur le site Web et de faciliter la vente de véhicules et de services. Jusque-là, les informations concernant les conversions et tout type d'informations sur leurs campagnes n'étaient pas optimisées, générant un cout du lead (CPL) élevé, une rentabilité des dépenses publicitaires (ROAS) faible et une qualité de prospect non vérifiée.

DÉFIS

1. Forte concurrence et faible présence en ligne.
2. Les conversions (appels téléphoniques & formulaires) n'étaient pas correctement suivies par marque/garage.
3. Sélection de mots-clés spécifique incomplète, ni segmentation par groupe d'annonces avec un objectif clair, rendant difficile l'évaluation de l'efficacité et des performances.
4. Aucune variété dans le type de campagnes et choix des plates-formes pour cibler les différentes audiences.
5. Aucune analyse et compte-rendu résumant les campagnes avec les points d'optimisation.

STRATÉGIE/APPROCHE

- Croissance de la notoriété de la marque et son positionnement en tant que leader dans le secteur des concessions automobiles.
- Suivi des conversions détaillé pour compter tous les appels et formulaires Web recus
- Restructuration du compte avec optimisation des mots-clés et annonces pour maximiser les conversions auprès des internautes recherchant activement des voitures premium.

SOLUTIONS

- Mise en place de Google Tag Manager et de Call Tracking pour capturer toutes les conversions pertinentes
- Mise en œuvre d'une campagne de recherche Google optimisée avec des enchères intelligentes pour cibler les utilisateurs à forte intention à la recherche d'un achat/d'un service de voitures premium
- Création d'une liste complète de mots clés négatifs pour améliorer la qualité des prospects
- Renforcement de la notoriété locale grâce à des annonces display/video ciblant des audiences à intention personnalisée via Google
- Création de différents types de campagnes pour équilibrer la présence en ligne avec du contenu textuel et visuel
- Traduction des campagnes dans d'autres langues
- Mise en place d'autres plates-formes pour répondre à différentes audiences en fonction de critères démographiques et des intérêts.
- Consolidation d'un tableau de bord (personnalisé) divisé par plate-forme et marques.

IMPACT

- Flux mensuel constant de prospects de haute qualité
- Stabilité sur l'année malgré une saisonnalité très importante
- Budget progressivement augmenté annuellement pour un apport croissant de leads
- Extension à d'autres plates-formes et de langues grâce à d'excellentes performances.

Dépenses publicitaires annuelles:
304 000 CHF
(sur 12 mois)

IMPACT

100%
des conversions
captées

764
appels

545
formulaires
remplis

40% ↓
coûts/prospects