



En automatisant les enchères et la structure de ses campagnes Google Shopping, Criteo Predictive Search a permis à StudioSPORT d'augmenter les performances sur ce levier et de dégager du temps pour se concentrer sur d'autres activités marketing à forte valeur ajoutée.



RÉSULTATS

↑ 60%
Chiffre d'affaires

↑ 19%
ROAS vs. objectifs

En optant pour l'automatisation de ses campagnes sur Google Shopping, StudioSPORT a optimisé les enchères sur l'ensemble de son catalogue produit. Ce gain de temps lui a permis de concentrer ses efforts sur l'optimisation du flux. En implémentant Criteo Predictive Search, StudioSPORT a généré 60% de chiffre d'affaires supplémentaire, tout en améliorant son retour sur investissement de 19% par rapport à l'objectif fixé.



//

Le gain de temps et la performance générés par Criteo Predictive Search nous ont permis de nous concentrer sur d'autres priorités de notre stratégie Marketing

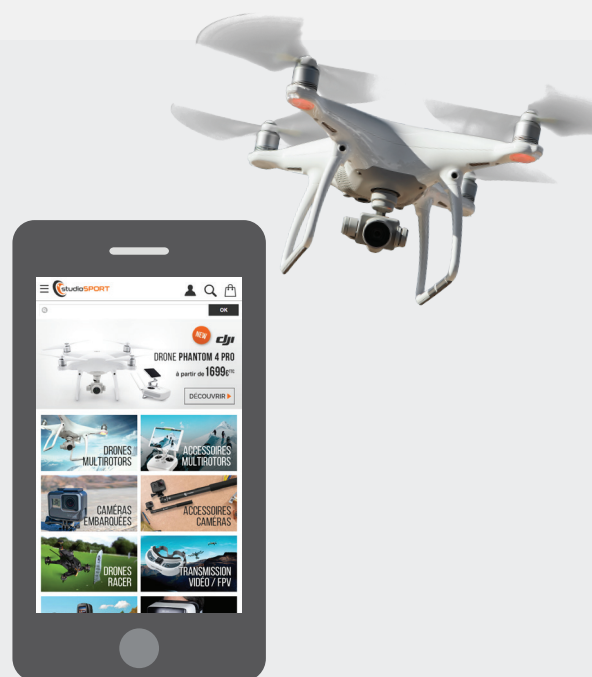
- Alexandre Maupas, fondateur

//

CHALLENGE

StudioSPORT, spécialiste de la vente de drones, de matériel FPV (first person view) et caméras embarquées depuis 2007, compte parmi les « early adopters » de Google Shopping. Avec des campagnes actives sur ce canal depuis 2014, les résultats ont toujours été positifs.

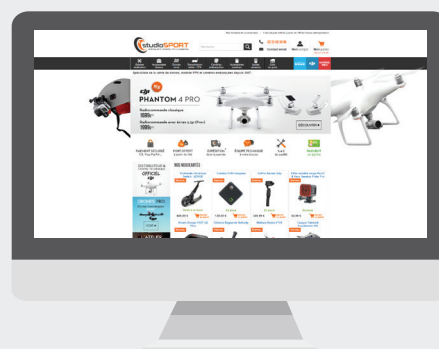
Mais rapidement, avec plus de 4000 produits référencés sur Google Shopping, StudioSPORT a constaté que la gestion de tous les leviers de ce canal pouvait s'avérer complexe, ainsi que très chronophage. Les ressources engagées pour la performance ne laissaient donc que peu de temps à l'optimisation d'autres activités marketing prioritaires.



SOLUTION

StudioSPORT a travaillé en collaboration avec Criteo sur le canal Google Shopping depuis Mars 2016 pour optimiser ses campagnes.

Les bénéfices liés à l'automatisation ont permis à StudioSPORT de dégager du temps supplémentaire à consacrer à d'autres activités marketing, comme l'optimisation de la qualité de leur flux produit.



CARACTÉRISTIQUES ET BÉNÉFICES



1 Performance

Notre technologie éprouvée de Machine Learning vous affranchit des optimisations manuelles et hasardeuses de vos campagnes Google Shopping, et vous garantit ainsi un meilleur ROI.



2 Prédiction

L'analyse du parcours d'achat de plus de 1,2 milliard d'internautes à travers le monde nous permet de construire des listes de remarketing (RLSA) tenant compte du niveau d'engagement de chaque utilisateur.



3 Automatisation

L'ajustement automatisé et continu de vos campagnes, de leurs structures, de leurs paramètres, des niveaux d'enchères et des budgets vous font gagner un temps considérable.



4 Machine Learning

Criteo Predictive Search apprend en permanence, et répond à tout type de volumétrie des campagnes Google Shopping, en s'adaptant même aux pics d'activité saisonniers.