

ÉTUDE DE CAS / DES SOLUTIONS CIBLÉES

La stratégie OMNI entraîne une hausse des conversions et des ventes pour une marque de viande du portefeuille.

La marque de viande du portefeuille rencontre le succès. Cela entraîne une hausse des conversions et des ventes grâce à une approche reposant sur plusieurs stratégies et une solide campagne de solutions ciblées.





Possibilités

Une marque de produits d'épicerie déjà établie souhaitait attirer davantage les clients actifs de Walmart afin d'accroître la hausse des conversions et des ventes de son portefeuille de produits.

Objectifs

- Conversions / Rendement des dépenses publicitaires (RDP)
- Hausse des ventes

Solution

La campagne OMNI couvre l'ensemble de l'entonnoir de conversion, avec des stratégies dans les succursales et en ligne, afin de cibler les différents segments de l'audience de la marque avec des messages originaux adaptés au contexte dans tout l'écosystème de Walmart Connect.





Stratégie

Afin de générer une hausse des conversions et des ventes, Walmart Connect a travaillé avec la marque pour utiliser avec stratégie un ensemble complet de tactiques, à la fois sur site et hors site. Ces stratégies comprenaient le ciblage de l'audience, la création de supports sur mesure, et la diffusion tout au long de la campagne d'une communication adaptée au contexte auprès de l'audience cible concernée.



Audience

Il s'agissait d'utiliser les **solutions ciblées** de Walmart Connect afin de créer des segments d'audience personnalisés en fonction de l'intérêt et du comportement des utilisateurs. Cette approche était **en accord avec les personas cibles de la marque afin de fournir aux clients une communication pertinente concernant le produit, tant sur site qu'en dehors du site.**

- Le **plus haut taux d'engagement** a été obtenu avec **l'audience du reciblage (universel)**, en attirant l'attention des utilisateurs au moyen d'une approche plus généralisée.
- Le **reciblage (marque) présente le plus grand nombre de conversions**. Cela montre que le ciblage des clients qui se sont déjà engagés avec la marque est très efficace.



Contenu créatif

La solution créative de la stratégie consistait à utiliser un slogan qui attirerait l'attention des clients de Walmart sur site et hors site. Le slogan utilisé était « **Des repas simples à un prix abordable** » [traduction]. Un tel slogan a fait écho auprès des clients, car il répondait efficacement à leurs besoins de simplicité et de prix abordables. Cette approche a joué un rôle déterminant dans le succès de la campagne.



Supports

La stratégie de la marque a consisté en une approche OMNI qui utilise à la fois les supports sur site et hors site par le biais d'un ensemble complet de tactiques, associées à la visibilité dans les succursales.

- La **campagne s'est appuyée sur certains emplacements situés dans les succursales afin d'étendre** sa portée et attirer l'attention des clients pendant qu'ils effectuaient leur magasinage hebdomadaire dans les rayons.
- Dans le but de renforcer la probabilité de conversion, la marque **a intégré des supports multitactiques permettant de cibler les utilisateurs tout au long de leur parcours de magasinage, à la fois sur le site et en dehors du site.**



Résultats

111 %

de hausse
des ventes

Indice : +370 %

13,19 \$

RDP OMNI

Indice : +263 %

21 %

de nouveaux
clients de la
marque

4,6 M

de pages vues



Points importants

- Les marques plus anciennes et bien établies peuvent développer la demande et accroître encore les ventes de leurs produits grâce à une stratégie solide qui associe un ciblage d'audience personnalisé à une communication originale pertinente.
- La créativité doit être le moteur de votre campagne. La campagne doit attirer l'attention des utilisateurs au moyen d'images et de textes adaptés aux produits. Elle doit également présenter un avantage ou un message précis aux clients, et les inviter clairement à passer à l'action.
- Encouragez les clients qui sont à la recherche d'une aubaine à faire des essais pendant une chute des prix en diffusant un message créé spécialement pour l'occasion.



Avis légal – Les résultats des campagnes individuelles peuvent varier en fonction de facteurs tels que la spécificité du produit ou de sa catégorie faisant l'objet de la promotion, le niveau de concurrence au sein de cette catégorie et le moment de la campagne par rapport aux tendances saisonnières.

EXCLUSIF ET CONFIDENTIEL