



ÉTUDE DE CAS :

UNE CAMPAGNE

GOOGLE ADWORDS

RENTABLE POUR UNE

ENTREPRISE EN TIC

ÉQUIPE MICROFIX RÉCUPÈRE PLUS DE SIX FOIS LA SOMME INVESTIE POUR UNE CAMPAGNE PPC

Présentation de l'entreprise et du secteur d'activité

Équipe Microfix est une entreprise qui se spécialise en infrastructure informatique et en TI. Les services d'**Équipe Microfix** comportent aussi bien la gestion de parc informatique qu'un service TI sur mesure. L'entreprise offre aussi des services d'assistance et d'interventions en urgence pour assurer le fonctionnement optimal des parcs informatiques de ses clients.

Situation et objectifs

Une des missions d'**Équipe Microfix** est la résolution de bogue et d'assurer la sécurité des parcs informatiques, notamment face aux virus. Le virus Cryptolocker est une des dernières menaces pour les organisations. Une fois entré dans un ordinateur, il crypte les données et empêche leurs utilisations. Pour retrouver ces données, il faut payer une rançon qui peut atteindre plusieurs milliers de dollars.

Au moment où ce virus de type « ransomware » prenait de l'ampleur, **Équipe Microfix** a vu une opportunité d'aider et d'assister de nombreuses entreprises atteintes par ce virus et ainsi d'augmenter son nombre de clients.

L'objectif était donc de mettre en avant le service de résolution de crise et le centre d'assistance d'**Équipe Microfix** pour rejoindre un maximum de victimes de Cryptolocker.

La solution

Pour maximiser l'exposition de ce service dans un délai record, il a fallu aider à créer une « landing page » dédiée à ce service ainsi qu'une campagne Google Adwords



(dites de « pay-per-click » ou PPC). Ainsi, ce service apparaissait en première page des recherches Google en rapport avec le virus Cryptolocker. Ces deux moyens de promotion ont été déployés en français et en anglais dans le but de rejoindre le plus d'entreprises possible dans un délai de quelques jours et selon les zones géographiques ciblées.

Cette campagne est temporaire et fait partie intégrante de la stratégie marketing globale mise en place par Exo B2B.

Étapes de développement

- Définir des segments et des zones géographiques pertinentes touchées par le virus et où **Équipe Microfix** peut agir;

- Définir un budget par jour pour la campagne Google Adwords;
- Créer une « landing page » convaincante, informative et l'optimiser pour la conversion;
- Écrire des textes persuasifs et efficaces pour les publicités Adwords;
- Lancer la campagne « pay-per-click », l'ajuster et l'optimiser continuellement en fonction des résultats.

Résultats

La campagne a été lancée au Québec, en Ontario et dans l'État de New York aux États-Unis. En tout, c'est près de 25 000 impressions en quelques jours. Le nombre de clics (376) et le taux de clic (1,5%) sont bons. Ces statistiques sont dans la moyenne.

Voici les résultats :

Campagne	Clics	Impres.	CPC moy.	Coûts
Québec (EN)	187	17 670	2,50\$	467,52\$
New York	74	2939	2,34\$	172,88\$
Ontario	21	972	1,91\$	40,05\$
Québec (FR)	94	3417	1,91\$	179,22\$
Totaux	376	24 998	2,17\$	859,67\$

Là où la campagne a été très efficace, c'est au niveau de la conversion des prospects. La « landing page » a en effet converti 40 des 376 visiteurs issus de la campagne Google Adwords. Autrement dit, 40 entreprises ont fait appel aux services d'**Équipe Microfix**. Le taux de conversion atteint presque 10 %.

Prochaines étapes

Face à ce succès retentissant, **Équipe Microfix** a identifié d'autres menaces et d'autres zones géographiques où ses services pourraient être demandés. Une campagne basée sur le même modèle a été déployée pour le virus Cryptowall, par exemple.

« Grâce à **Exo B2B**, nous avons réussi à maximiser la visibilité d'un de nos services et ainsi gagner de nouveaux clients. Cette stratégie a été payante et rentable et nous la réutiliserons sans aucun doute. »

Mathieu Jacques, Président d'Équipe Microfix

Conclusion

Grâce à une campagne PPC faite dans les règles de l'art avec une « landing page » convaincante et axée sur la conversion, **Équipe Microfix** a récupéré plus de six fois la somme investie pour cette campagne. Plus encore, l'entreprise a fait affaire avec près de 40 nouveaux clients qui pourraient, à terme, devenir des clients récurrents.



1897, Avenue De La Salle, Bureau 101
Montréal (Québec) H1V 3S1

Téléphone : 514 765-9888

exob2b.com

[Contactez-nous dès maintenant](#)