



Compufirst dope son trafic grâce à des campagnes AdWords bien structurées

Compufirst : l'informatique en vente directe pour les PME

Créée en décembre 2006 à Montpellier, Compufirst est spécialisée dans la vente directe de produits et services informatiques aux professionnels.



« Nos liens AdWords génèrent 42 % de notre trafic : la structure des campagnes nous aide à bien suivre, à analyser et à optimiser nos investissements au quotidien. »

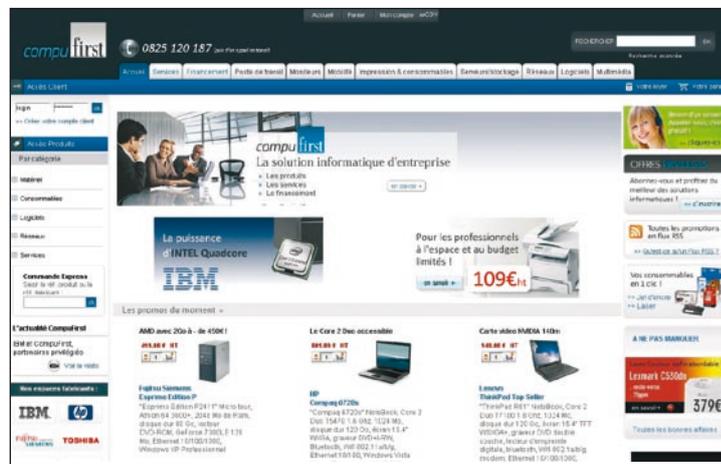
Lionel Vargel, PDG de Compufirst



Son positionnement est novateur et repose sur trois piliers:

- La remontée en temps réel sur le site marchand du stock des quatre plus gros grossistes français en informatique, soit plus de 50 000 références disponibles sous 24/48H
- Une stratégie d'acquisition clients générée par un marketing web en partenariat avec les plus grands constructeurs mondiaux
- Des prises de commandes possibles en ligne mais qui se concrétisent surtout par téléphone, via une équipe commerciale sédentaire de haut niveau

« Pour asseoir ce modèle original et accélérer notre acquisition de clients, nous avons opté pour Google AdWords avec un effort particulier porté sur la structuration des campagnes d'annonces » explique Lionel Vargel, PDG de Compufirst.



Un marketing qui doit générer immédiatement des ventes

Le Web engendre à lui seul 75 % des acquisitions de clients. Compufirst cherche à présent à développer le trafic sur son site web pour générer des appels téléphoniques. « AdWords, qui représente 96,6 % de nos investissements en search marketing, génère 42 % du trafic sur le site » confie Lionel Vargel.

La société espère ainsi devenir, d'ici trois à cinq ans, l'un des trois premiers acteurs du marché français dans le domaine.

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

Une structure des campagnes bien hiérarchisée

Avec l'aide des équipes de Google, Compufirst a porté un soin particulier à la structure des campagnes. Lionel Vargel a choisi de créer au sein du compte Compufirst des campagnes par constructeur, par produit, et d'autres plus génériques.

Ces campagnes sont facilement analysables grâce à Google Analytics, « *un outil très efficace* » avec lequel la société mesure chaque jour le trafic généré par les annonces et analyse la performance des mots-clés. Les campagnes peuvent aussi être optimisées en quelques clics grâce à AdWords Editor, le logiciel mis à disposition des annonceurs par Google pour faciliter la gestion de leurs comptes AdWords : « *un outil accessible, qui marche très bien et qui s'utilise très facilement* ».

« *La structuration poussée nous aide à bien suivre, à analyser et à optimiser nos campagnes (mots clés, CPC...) au jour le jour. Et contribue directement à doper nos ventes !* » conclut Lionel Vargel.