



ETUDE DE CAS | ECOLE DE FORMATION POST BAC

Comment réussir une rentrée scolaire pour une école et remplir ses salles de classes grâce à une campagne de marketing digital

ADFIVE est une agence de digital marketing avec une expertise poussée dans la gestion des campagnes Google Adwords.

L'agence a été créée en 2009 et gère des campagnes pour tout type de clients avec un objectif commun : Développer le chiffre d'affaires

CONTEXTE

Notre client ouvre une nouvelle école de formation post-bac à Paris proposant ainsi un panel de formations de type BTS.

Il nous consulte afin d'élaborer une stratégie de marketing digital ayant pour objectifs de :

- Annoncer et faire connaître le lancement de l'école
- Recruter des élèves candidats pour la 1^{ère} rentrée

ETUDE DE LA STRATEGIE

ADFIVE mène une étude poussée de la concurrence et des opportunités de lancer une campagne Google Adwords.

L'étude inclut une proposition de mots clés qualifiés couvrant les domaines de formations proposés par l'école, ainsi qu'une analyse de la concurrence et des opportunités pour notre client. Le budget de lancement est défini en cohérence avec les objectifs du client.

Nous décidons d'activer deux leviers principaux :

- Une campagne d'achat de mots clés sur le réseau de recherches Google et ses partenaires de recherches
- Une campagne de Remarketing en soutien de la 1^{ère} et qui aura également un effet de Branding en étant diffusée sur le réseau de contenu (Display)

PAS DE PERFORMANCE SANS MESURE DES RESULTATS

Le succès de la campagne sera mesuré principalement sur le nombre de demande de dossiers reçus via le site internet du client.

Google Analytics sera l'outil de mesure des résultats. Le paramétrage d'objectifs sera défini et paramétré dans Google Analytics avant le lancement de la campagne.

Les indicateurs clés des campagnes adwords sont intégrés directement à Google Analytics. Le client dispose d'un accès permanent aux statistiques et peut ainsi **suivre sa campagne en temps réel.**

RESULTATS

Grâce à la campagne bien préparée et à une gestion poussée des différents indicateurs, la rentrée est un succès :

- Près de 25 000 clics sont générés vers le site internet du client
- 1500 demandes de dossiers d'inscription
- Un taux de transformation de 6%

