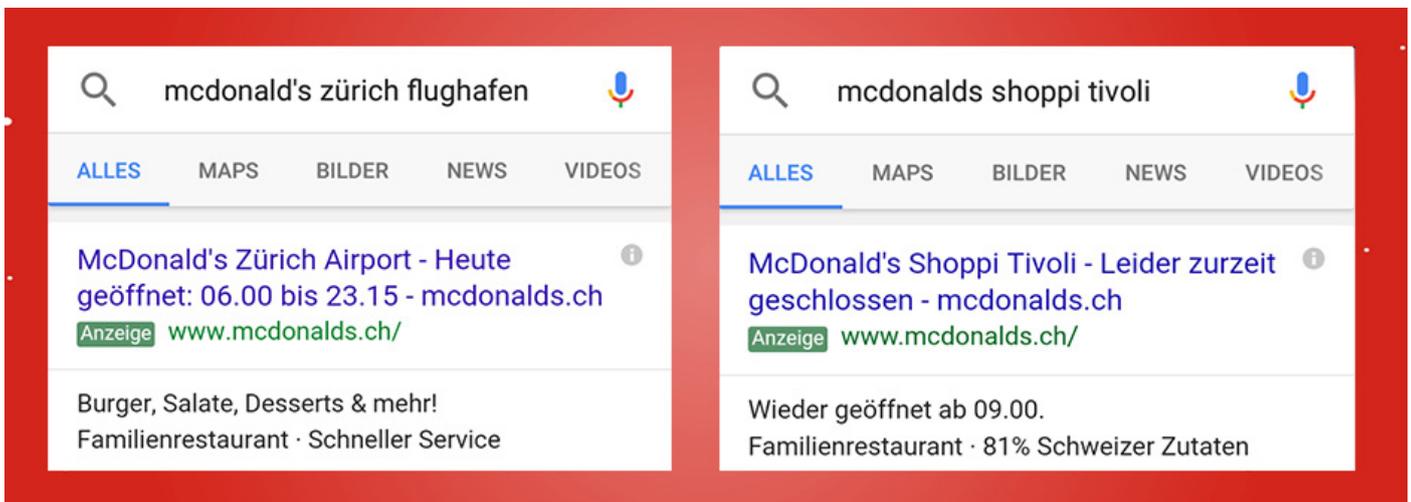


«Par son approche créative, Webrepublic a réussi à faire ce qui n'était pas réalisable avec l'outil Google Tools et qui est au cœur de notre stratégie du dernier kilomètre.»

Ben Proske,
Digital Lead,
McDonald's Suisse

Chaque jour, des milliers de clients McDonald's savent si le restaurant le plus proche est ouvert.



Plus efficace: la clientèle cible trouve les informations pertinentes sans avoir à cliquer sur l'annonce. Le taux de clics baisse alors de 11%.

Plus de 660 annonces générées automatiquement par Webrepublic

Chaque jour, des amateurs de burgers affamés utilisent Google pour rechercher les horaires d'ouverture et l'adresse d'un restaurant McDonald's sur les plus de 160 existant en Suisse. Fin 2015, Google affiche alors, grâce aux extensions de lieu dans les annonces AdWords correspondantes, l'adresse des restaurants mais pas les horaires d'ouverture.

Les utilisateurs sont donc contraints de cliquer sur les résultats de recherche pour ensuite accéder à l'information souhaitée sur un site Internet, ce qui va à l'encontre de la volonté de McDonald's; en effet, l'entreprise veut rendre les horaires d'ouverture et les descriptions d'itinéraires facilement accessibles aux clients potentiels qui se trouvent près d'un restaurant. Cette situation concerne en particulier les clients en train de se déplacer qui effectuent des recherches sur des appareils mobiles.

Les ingénieurs logiciels de Webrepublic ont trouvé un moyen de fournir aux utilisateurs l'information exacte qu'ils recherchent en affichant celle-ci en gros dans le titre des annonces locales AdWords. C'est donc grâce à Webrepublic qu'aujourd'hui, des milliers de personnes trouvent chaque jour les bons horaires d'ouverture du restaurant McDonald's de leur choix. De plus, grâce à l'intégration des extensions de lieu correspondantes dans les annonces, les utilisateurs peuvent lancer en un seul clic un itinéraire de navigation vers le restaurant en question dans Google Maps.

Découvrez ici la vidéo de l'étude de cas: <http://wbrp.li/2jHcqdT>.

Prestations fournies:

- ★ Ingénierie logicielle
- ★ AdWords



Informations sur l'entreprise McDonald's Suisse

Secteur: Restauration
Collaborateurs: 7200 (2015)
Chiffre d'affaires: CHF 701.9 millions (2015)
Date de fondation: 1976
Client Webrepublic: depuis 2015
Site Internet: mcdonalds.ch



Le projet en détail

Situation de départ

- ★ Chaque jour, des milliers de clients McDonald's cherchent les horaires d'ouverture d'un restaurant sur les plus de 160 qui existent en Suisse.
- ★ Début 2016, les extensions de lieu de Google pour AdWords n'affichent aucun horaire d'ouverture.
- ★ Près de deux tiers des demandes de recherche sont effectuées durant un trajet, sur un smartphone.
- ★ La plupart des demandes de recherche, comme les horaires d'ouverture ou les noms de lieux, sont des recherches faites à proximité du lieu en question.

Objectifs

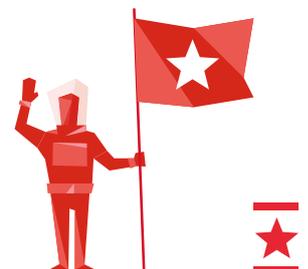
- ★ En utilisant AdWords, McDonald's souhaite fournir aux clients qui recherchent un restaurant spécifique les informations dont ils ont besoin pour trouver rapidement et simplement l'itinéraire vers ce restaurant.
- ★ La solution proposée doit être peu coûteuse et facile à mettre en œuvre.

Mesures

- ★ Les ingénieurs logiciels de Webrepublic développent un script qui permet de vérifier automatiquement toutes les cinq minutes l'exactitude des horaires d'ouverture affichés dans plus de 660 annonces AdWords et de les rectifier si nécessaire. Ces annonces affichent ainsi en gros, dans le titre, l'information appropriée, en l'occurrence les bons horaires d'ouverture du restaurant McDonald's recherché; dans le cas où le restaurant est fermé, ce sont les horaires d'ouverture du lendemain qui s'affichent.
- ★ Ajouter des extensions de lieu appropriées aux annonces permet aux utilisateurs de lancer en un seul clic l'itinéraire de navigation vers le restaurant en question dans Google Maps.

Résultats

- ★ **Pertinence:** grâce à plus de 660 annonces textuelles générées automatiquement, ce sont chaque jour plusieurs milliers de fans de McDonald's qui savent si le restaurant qu'ils recherchent est ouvert, et si oui, jusqu'à quelle heure.
- ★ **Efficacité:** grâce au titre pertinent des annonces, les utilisateurs n'ont pas besoin de cliquer sur l'annonce pour accéder à l'information recherchée. Cela fait alors diminuer le CTR de 11%, ce qui signifie que la campagne menée par McDonald's pour attirer les clients dans ses restaurants gagne 11% d'efficacité.
- ★ **Portée:** grâce à l'expansion systématique des univers de mots clés, le nombre d'impressions pour la campagne augmente de 220% au cours des trois premiers mois. Grâce aux données locales, les annonces s'affichent pour les utilisateurs ayant une forte probabilité de se rendre dans un restaurant.



**«Nos clients trouveront
rapidement et facilement
l'itinéraire vers le restaurant
le plus proche.»**

**Ben Proske,
Digital Lead,
McDonald's Suisse**

Webrepublic SA
Seefeldstrasse 233
8008 Zurich

+41 44 542 90 60
office@webrepublic.com
www.webrepublic.com

Webrepublic SA
Avenue de Sévelin 32a
1004 Lausanne

+41 21 545 50 18
office@webrepublic.com
www.webrepublic.com

