



CAS CLIENT

Comment K-New Media a augmenté de **20 % les conversions de ses clients sur Google Shopping.**

Le cas

K-New Media est l'agence marketing du groupe **KLINGEL**, une des plus grandes entreprises de vente par correspondance d'Allemagne. La société travaille avec une variété d'enseignes : plateformes d'achat spécialisées, marques de prêt-à-porter ou encore secteur de la santé. Au total, K-New Media gère 15 marques pour le compte du groupe, opérant dans 12 pays d'Europe. L'agence est responsable de la gestion des campagnes marketing et de la diffusion des flux produits pour des canaux comme le paid search ou les réseaux sociaux.

Pour les équipes de K-New Media, il est essentiel de délivrer des résultats à la hauteur des attentes des clients de l'agence. Pour cela, ils se doivent de créer et de diffuser des flux produits de qualité. Toutefois, l'équipe marketing n'avait jusqu'à présent ni l'approche, ni les outils adéquats, pour être vraiment complètement efficace.

EN BREF

Nombre de marques : 15

Nombre de pays : 12

Cas d'usage : Google Shopping ads

Objectifs :

- › Gagner en autonomie vis-à-vis du service informatique.
- › Améliorer la qualité et la performance des flux produits de ses clients.
- › Diffuser plus rapidement des publicités sur Google Shopping.



Les challenges

L'équipe marketing de K-New Media était fortement dépendante du service informatique pour la gestion de ses flux produits. Cela avait pour effet, non seulement de ralentir les processus, mais surtout de limiter leur capacité à optimiser les données produits de leurs clients. Leur approche présentait ainsi trois défis majeurs :

1. Personnaliser de façon autonome des flux produits pour 15 marques différentes.

Les équipes informatiques de K-New Media étaient systématiquement sollicitées pour gérer et structurer les flux produits. L'équipe marketing se retrouvait alors dans l'incapacité d'avancer tant que les modifications n'avaient pas été effectuées.

À cela s'ajoute alors le fait que la majorité des données produits comporte du langage XML, qui empêche l'équipe marketing de modifier de façon autonome les informations produits.

L'entreprise se devait de trouver une autre solution pour réduire les ressources nécessaires à la gestion et au maintien des flux produits de ses clients.

2. Enrichir des flux produits avec d'autres sources de données.

La gestion des flux produits était une activité extrêmement manuelle et chronophage pour l'équipe marketing de K-New Media. Sans les outils pour les aider à automatiser certaines tâches, il leur était par exemple impossible d'enrichir le flux d'un client avec des informations provenant d'autres sources. Cette limitation avait un impact important sur la qualité des flux qui pouvaient se retrouver privés d'informations essentielles.

3. S'assurer un processus d'export fiable.

Avec un portefeuille de 15 clients, l'équipe marketing de K-New Media exportait fréquemment ses flux produits sur de nombreux canaux. Ces exports fréquents et volumineux impliquaient d'avoir recours à un serveur capable de gérer un large volume de données. Mais l'équipe marketing devait régulièrement faire face à des exports incomplets ou à des erreurs de flux dus à ses serveurs saturés.

L'équipe marketing de K-New Media a rapidement compris que son approche, très manuelle, de la gestion des flux, ainsi que sa dépendance au service informatique n'étaient pas viables. Il leur fallait une solution pour automatiser certaines tâches et travailler de façon autonome sur les flux produits pour espérer améliorer leurs résultats.

La solution

L'équipe K-New Media s'est alors tournée vers **Productsup** et sa solution de gestion et d'optimisation des flux produits.

1. La capacité d'agréger des données produits de nombreuses sources

Pour permettre à l'équipe marketing d'importer directement les données produits de ses clients, Productsup a développé une connexion API sur-mesure pour K-New Media. Peu importe le format, ou la localisation des données, elles peuvent maintenant être récupérées en quelques minutes, ce qui réduit le temps de préparation. De plus, l'équipe peut importer des sources de données secondaires pour enrichir les flux principaux. Ce processus est similaire à l'import d'un flux principal et l'équipe marketing peut intégrer de façon autonome des données additionnelles pour s'assurer des informations produits aussi complètes que possible.

Et enfin, ils n'ont plus à se soucier d'espace serveur ou de flux trop volumineux, tout étant pris en charge par Productsup.

2. Des outils d'édition simples à utiliser pour optimiser les flux produits

Productsup propose des fonctionnalités préconfigurées pour manipuler les données. Cela a permis à l'équipe marketing de K-New Media de nettoyer en quelques clics n'importe quel flux produits et ainsi de gagner en autonomie vis-à-vis du service informatique. Chaque membre de l'équipe peut aujourd'hui ajuster le flux produits d'un client en fonction d'exigences spécifiques et ce, bien plus rapidement. Les fichiers XML sont de l'histoire ancienne.



«Pour nous, pouvoir visualiser nos données et analyser en un clin d'œil les valeurs de chaque colonne est extrêmement précieux pour l'optimisation de nos flux. Nous voyons toujours exactement ce sur quoi nous travaillons !»

Eva Novakova – Responsable technique SEA



Les résultats

Depuis qu'ils utilisent Productsup, les membres de l'équipe marketing peuvent se concentrer sur l'optimisation des performances de leurs flux produits. Plutôt que de devoir attendre une réponse du service informatique pour le moindre changement, ils peuvent désormais gérer et modifier leurs flux de façon autonome.

Grâce à la meilleure qualité et à la précision de ses flux, l'équipe a vu **son CTR augmenter de 30 %** et le **taux de conversion sur Google Shopping grimper de 20 %**. En parallèle, ayant économisé du temps sur de nombreuses tâches manuelles, les membres de l'équipe ont pu exporter plus de flux, ce qui a entraîné **45 % d'augmentation des impressions Google Ads**.

Aujourd'hui, grâce à leur connexion API sur-mesure, il n'y a plus d'erreurs de promotion ou de prix. L'équipe planifie des synchronisations régulières avec ses partenaires marketing pour actualiser les prix et les niveaux de stocks.

Pour finir, l'équipe a constaté une augmentation de **20 % de la valeur du panier moyen et une augmentation de 10 % de sa marge**, tout ça grâce à des données produits plus complètes et de meilleure qualité.



«Nous recherchions un gestionnaire de flux fiable, qui apporterait à nos équipes plus de flexibilité et d'indépendance par rapport au service informatique pour créer des flux produits et implémenter facilement leur stratégie. Comme le montrent les résultats, nous avons fait le bon choix avec Productsup.»

Mathias Wolff – Directeur Général



+30%
TAUX DE CLICS



+20%
CONVERSION



+20%
DE VALEUR DU
PANIER MOYEN

À propos de K-New Media

K-New Media imagine et exécute des campagnes numériques sur tous les canaux marketing, SEO, médias sociaux ou encore marketing de contenu. Pour obtenir les meilleurs résultats, ils emploient 80 collaborateurs, venant de 11 pays différents; qui soutiennent l'équipe non seulement grâce à leur expertise professionnelle, mais aussi à leurs connaissances linguistiques.



Productsup¹

Prêt à reprendre le contrôle de vos flux produits et à améliorer les performances de votre entreprise ?

Contactez-nous pour découvrir comment Productsup peut vous aider.

info@productsup.com

www.productsup.com/fr