



© Millesima



© Millesima



CAS CLIENT

MILLESIMA

▶ Tester la pertinence du double affichage sur les SERP

Page de résultats de recherche sur Google, sur la Marque Millésima mais aussi les mots clés génériques.

MILLESIMA

BORDEAUX

Millésima est le leader de la vente de grands vins et de vins en primeur depuis 1983. Plus de 2 500 000 bouteilles dans les chais des meilleurs millésimes de Bordeaux, Bourgogne, Vallée du Rhône, Alsace, Champagne, etc. La **richesse de l'offre**, la **qualité des produits** comme les **garanties** en termes de livraisons font de ce site un incontournable des amateurs de bons vins !

MESURE DE L'APPORT DU DOUBLE AFFICHAGE SEA ET SEO



L'objectif

Tester la pertinence du double affichage sur Google en termes de taux de clics, sur la Marque Millésima et les mots clés génériques.



Le défi

Être en mesure d'estimer le chiffre d'affaires incrémental lié au double affichage sur les SERP (page de résultats de recherche de Google).



Les résultats*

Impact du double affichage marque sur le taux de clics	Impact du double affichage générique sur le taux de clics	Impact du double affichage sur le CA
+7.3 points sur le SEO	+4.2 points sur le SEO	+9% de chiffre d'affaires incrémental potentiel
+28.2 points sur le SEA	+2.1 points sur le SEA	

* SOURCES - Google Adwords, du 1^{er} janvier 2016 au 31 janvier 2017 - Google Search Console et Google Analytics, du 1^{er} février au 16 avril 2016 et 2017.

DOUBLE AFFICHAGE : SEA/SEO SUR LA MARQUE

The screenshot shows a Google search for 'millesima'. On the left, two red boxes highlight SEA and SEO results. The SEA box (top) shows the official website 'Millesima.fr' with a 4.3-star rating and 11 reviews. The SEO box (bottom) shows various product listings like 'Primeurs 2016', 'Bordeaux', 'Champagne', and 'Salon'. On the right, the 'Millesima SA' Google My Business profile is visible, including the address '87 Quai de Paludate, 33050 Bordeaux' and contact information.



Quel est l'intérêt de se positionner sur la marque en SEA ?

- 1 Contrôler son image de marque et sa e-réputation**
Personnalisation de l'annonce en temps réel et mise en avant de promotions, temps forts, etc.
- 2 Occuper une large surface de parole**
Renfort de l'exposition de la marque et de sa notoriété au dessus de la ligne de flottaison.
- 3 Défendre sa marque**
Face aux concurrents agressifs
- 4 Améliorer les performances de vos campagnes**
Impact du Quality score de la marque sur l'ensemble du compte.



La Search Console

Outil puissant, initialement prévu pour optimiser le SEO de votre site web, une fois le lien avec Google Adwords mis en place, vous disposez de trois types d'informations distincts :

SEA
Les performances des liens commerciaux seuls

SEO
Les résultats de recherche naturels seuls

SEM (= SEA + SEO)
Les données SEM réunies

L'objectif est d'**analyser les performances de chaque canal** pour bien différencier les différentes sources de trafic sur votre site et mesurer les apports incrémentaux en termes de taux de clics, mais aussi de chiffre d'affaires potentiel.

TÉMOIGNAGE MILLÉSIMA

Benoît GIBIER Area Manager France, Belgique, Luxembourg, Portugal



KAIZEN
MARKETING GROUP

Kaizen Marketing nous accompagne depuis plusieurs années sur le pilotage des campagnes de référencement payant Google Adwords, sur la zone : France, Belgique, Luxembourg et Portugal. Nous mettons régulièrement en place des AB Test sur la régie, bénéficiant notamment, en avant première, de Bêta Google.

C'est dans cette optique d'amélioration continue, propre à l'agence Kaizen, que le lien avec la Search Console de Google, nous a

permis de mettre en place une analyse poussée de l'impact du double affichage SEA/SEO sur la marque, les mots clés génériques et les termes de recherche comportant le mot clé marque.

Le case study de la Zone, identifiant un chiffre d'affaires potentiel de **+ 9 % a été partagé avec l'ensemble des marchés de Millésima** (US, UK, Asie, etc.) et est utilisé comme référence pour justifier le positionnement de la marque en SEA !