

Comment nous avons généré 171 000€ de CA en plus sur 12 mois pour Jump bagages

Toute notre réflexion et nos stratégies
pour arriver à ce résultat

Google
Partner

 Saturne Marketing

Résultats obtenus lors de la collaboration



Stratégie utilisée : Analyse data E-commerce + Google Ads + Email Marketing

Contexte de la Marque.

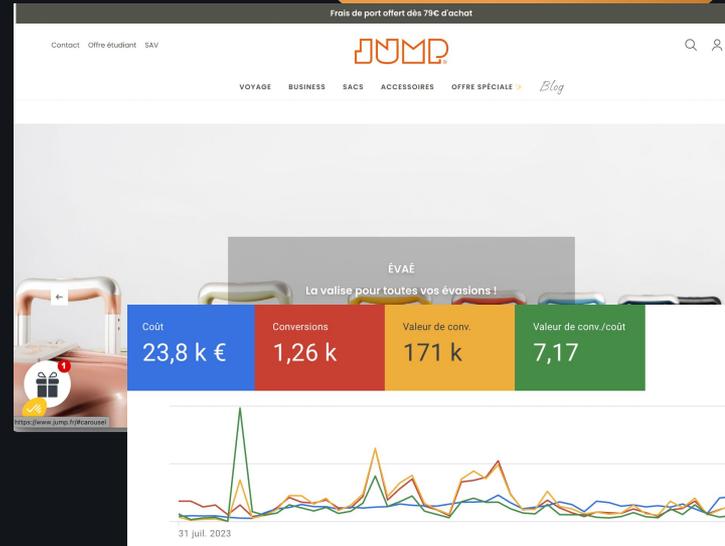
Notre client **Jump** produit des bagages (valise, sac etc..) la marque existe depuis 1979 mais avait mené peu d'actions sur l'acquisition en ligne

Leur catégorie phare est la valise.

La marque possédait déjà une forte image de marque grâce notamment grâce à ses nombreux revendeurs et quelques boutiques physiques.

L'enjeu de la collaboration était d'être présent sur Google Ads premièrement pour récupérer des parts de marchés à leurs revendeurs et deuxièmement pour mener une stratégie d'acquisition client ne connaissant pas la marque.

Un deuxième enjeu était d'améliorer le taux de conversion du site et de mettre en place une stratégie d'Email Marketing.



Phase d'analyse de la data + conversion

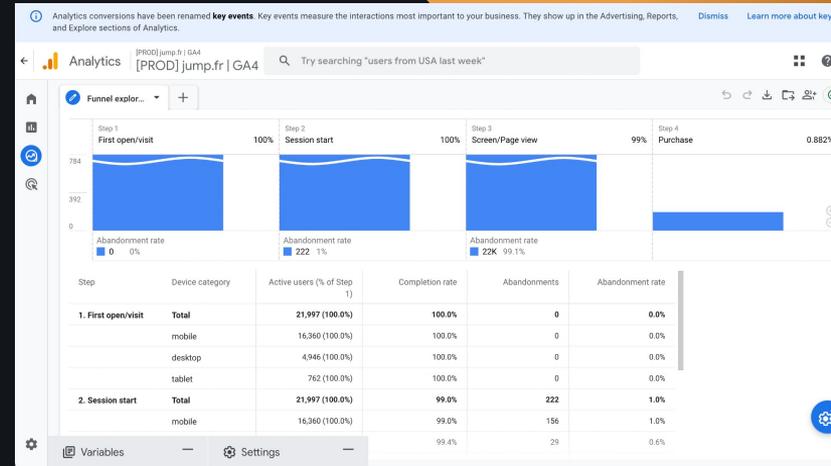
But de cette phase : obtenir un maximum d'informations sur **les spécificités du E-commerce de notre client et son modèle économique et débloquent les problèmes de conversions.**

Nous collectons des données sur :

- Le panier moyen
- La LTV 3mois/6mois/12 mois (**non connu par le client**)
- Le délai entre le 1er achat et le 2ème achat (**non connu par le client**)
- Les metrics E-commerce : Tx de conversion, CAC cible et ROAS Breakeven
- Les best sellers sur le site indépendamment des régies publicitaires.

En analysant les parcours utilisateurs nous nous sommes rendus compte d'une forte chute de conversion entre le panier et l'achat. Après discussion avec le client nous avons décidé de supprimer la création de compte pour l'achat.

Résultats : +30% de conversion instantanément.



Ce que nous avons fait

- Création d'une campagne d'acquisition Google Shopping pour se focaliser sur les **10 produits générants le plus de revenus.**
- Ajout de campagnes de Retargetting sur Display et Youtube Ads (UGC)
- Ajout d'une campagne de test pour les autres produits du site.
- Suppression hebdomadaire des produits non rentables.
- Ajout de campagnes d'Emails Marketing (Panier abandonné, bienvenue, newsletter pour les temps forts)

Résultats

- **Ajout de 171k€ de CA supplémentaire grâce à Google Ads.**
- ROAS de 7.17 sur Google Ads.
- 55% de paniers récupérés
- 30% du CA global généré par l'Email Marketing.

