Aussi appelé reciblage publicitaire, ou encore retargeting, le remarketing est un levier de poids pour optimiser votre taux de conversion.

À l'heure où la bataille de l'attention est de plus en plus féroce sur le web, voici quelques pistes pour exploiter cette technique à haut potentiel.

En quoi le remarketing peut-il augmenter votre taux de conversion ?

Combien d'internautes visitent votre site, puis le quittent, sans s'être inscrits à votre newsletter, ou avoir acheté quoi que ce soit ?
Une fois que ces visiteurs ont quitté votre site, il y a de bonnes chances pour qu'ils n'y reviennent pas, même s'ils avaient trouvé votre contenu digne d'intérêt.
Le remarketing consiste très précisément à cibler ces visiteurs qui vous connaissent déjà et leur montrer vos annonces publicitaires.

Comment fonctionne le remarketing ?

Voici le parcours utilisateur effectué typiquement par un internaute :

1. L'internaute arrive sur votre site par le biais d'une recherche internet, ou d'une publicité Google Ads / Facebook ou Instagram Ads / LinkedIn Ads…
2. Il quitte le site sans avoir réalisé d'actions (achat, inscription newsletter, création de compte…)
3. Ce visiteur est alors ré-exposé à des annonces publicitaires visuelles pour votre site
4. Ces annonces captent son attention
5. Il revient sur votre site, et potentiellement passe à l'achat.

Ce dispositif marketing est réalisable grâce à une identification au moyen de cookies de navigation (balises de remarketing, Pixel Facebook, Insight tag LinkedIn, ou tout autre solution publicitaire).

Pourquoi cibler une audience préqualifiée ?

Tout l'intérêt de cette stratégie webmarketing est d'avoir un taux de conversion supérieur comparé à une campagne publicitaire non reciblée.
En effet, les prospects sont alors « tièdes », car ils connaissent déjà le site web mis en avant, et sont donc par conséquent plus enclins à lui faire confiance. C'est grâce à ce biais que le remarketing permet de booster les conversions.

Une solution à la fois économique et efficace

Un autre avantage des campagnes de remarketing est le budget publicitaire, mieux maîtrisé, et au retour sur investissement potentiellement plus conséquent.
Le fait de re-cibler par exemple les visiteurs ayant constitué un panier d'achat non validé diminue drastiquement le nombre d'affichages de l'annonce.
Pour autant, comme le visiteur en question était déjà engagé dans un processus d'achat, le fait de voir cette annonce l'incitera plus facilement à finalement valider le panier en question.

Un budget publicitaire moindre pour des résultats plus concrets

Voici en résumé les avantages du remarketing publicitaire :

- Un budget publicitaire mieux maîtrisé
- Un coût de campagne réduit
- Permet de transformer des prospects en clients ou en leads

- Peut aussi servir à faire revenir d’anciens clients

Les solutions complémentaires liées au remarketing Web

En plus des annonces publicitaires classiques, sachez que vous pouvez aussi décliner cette stratégie par e-mail, ou encore via les réseaux sociaux. Le principe reste le même, seul le canal est différent. Cette diversité permet d’ajuster encore plus finement les stratégies, et ainsi d’être encore plus efficaces.

Le remarketing offre des possibilités infinies de diffusion

Voici les différents canaux de diffusion envisageables :

- E-Mailing
- Facebook Ads
- Instagram Ads
- YouTube (par le biais de la plateforme Google Ads)
- LinkedIn Ads
- Critéo…

Déployez cette stratégie sur votre propre site Internet

Pour vous accompagner, Expertisme met en place pour vous différents dispositifs :

- Les campagnes de référencement payant (SEA) multi-plateformes et multi-pays sur Google Ads, Bing Ads, Yahoo Ads.
- Les campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux avec les social Ads Facebook, Instagram, LinkedIn,…
- Le tracking des visiteurs BtoB, pour ensuite enclencher des actions de remarketing. Cette prestation, orientée BtoB, vous permet d’identifier les visiteurs BtoBde votre site, et même de connaître toutes les informations de l’entreprise qui visite votre site internet. Vous pouvez ainsi rapidement transformer ces simples prospects en clients de votre entreprise. Cet accompagnement vous permet de :
    - Identifier les visiteurs BtoB
    - Trier les prospects en fonction de leur comportement sur votre site
    - Alimenter votre CRM
    - Relancer rapidement les contacts obtenus

L’avis de l’expert en stratégie publicitaire

Les stratégies de remarketing permettent indéniablement de gagner un temps considérable, mais aussi de mieux maîtriser son budget publicitaire.
Pour la mise en place, ainsi que le suivi et l’exploitation des données, nous vous conseillons de faire appel à des professionnels, afin d’adapter cette solution au plus près de vos besoins.
N’hésitez pas à nous contacter pour nous faire part de votre projet publicitaire, qu’il s’agisse d’optimiser vos campagnes existantes, ou de vous accompagner au lancement de vos premieres campagnes.