



Eric BOTON

PDG

[www.piscine-center.net](http://www.piscine-center.net)

“

Nous avons confié notre budget de liens sponsorisés à LSF Interactive en début d'année. Les ventes via ce levier ont augmenté de 30 %. Nous sommes donc satisfaits du travail réalisé et des performances obtenues par LSF Interactive.

”

“

Grâce au tracking mis en place par LSF Interactive, nous suivons toutes les étapes du processus de commande. Notre Account Manager nous adresse tous les jours un bilan des actions et des performances réalisées, ainsi que des propositions d'optimisation. Nous identifions ainsi au jour le jour les mots clés qui transforment le mieux en ventes sur notre site.

”

## Étude de cas client : Performance en e-commerce

### Conforter une position de leader sur un marché saisonnier et très concurrentiel

Depuis plus de 20 ans, Piscine Center commercialise des piscines et leurs accessoires. Piscine Center est aujourd'hui le leader de son secteur sur Internet.

Le site dispose d'une plateforme de ventes en ligne et réalise 90 % de son chiffre d'affaires sur le on-line.

#### La problématique :

Maintenir une première position constante sur Google, tout en optimisant le CPC moyen et le volume des ventes (approche ROIste).



### Piscine Center choisit LSF Interactive pour l'accompagner dans sa stratégie de Search Engine Marketing

En confiant son budget SEM à LSF Interactive, Piscine Center a clairement défini ses attentes : générer des ventes pour maintenir son avance sur la concurrence.

Pour capter un maximum de prospects, LSF Interactive a **complètement restructuré le compte**. Grâce à une **optimisation quotidienne et manuelle** de la campagne, à un travail précis sur la structure du compte, les mots clés, les annonces et les URL, LSF Interactive a augmenté de 30 % les ventes en ligne de Piscine Center en moins d'un an.

« Nous consacrons 25 % de notre budget de promotion aux liens sponsorisés. Aujourd'hui, notre ROI sur ce levier est de 6, soit 6 € de CA généré pour 1 euro investi », précise Eric Boton.

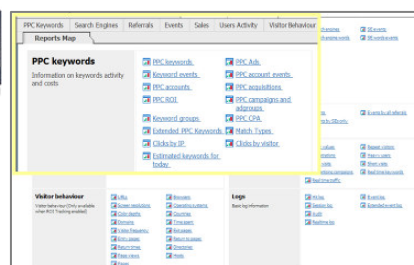
Piscine Center dispose d'un accès aux statistiques de campagne via un **Extranet**. Un reporting sur-mesure a été conçu par LSF Interactive pour lui permettre de suivre en temps réel les indicateurs clés de l'activité e-commerce : le volume des ventes, le montant du panier, le numéro des commandes, ....

Dès la reprise du compte, LSF Interactive a appliqué une stratégie **Long Tail** sur les mots clés, ce qui a permis de diviser par 2 le CPC moyen sur l'ensemble de la campagne. La campagne est optimisée quotidiennement et compte plus de 13 000 mots clés... LSF Interactive a par ailleurs mis en place une protection contre les clics frauduleux via un système de détection des adresses IP.

Aujourd'hui, le niveau de qualité (**Quality Score**) atteint sur la campagne est noté comme « **Excellent** » par Google.



Make Me Top,  
outil de Bid  
Management  
et de Reporting  
de LSF  
Interactive



Interview réalisée par Nathalie Pottier, npottier@lsf-corp.com\_ 5 septembre 2008.

**LSFinteractive**  
Integrated online revenue solutions

we deliver more results per campaign  
[www.lsfinteractive.com](http://www.lsfinteractive.com) usa +1.650.616.3909 europe +33.1.5805.1158

LSF Interactive [a division of LSF Network Inc] provides integrated online marketing campaigns on a pay-only-for-results basis. This approach provides less risk and more results per campaign.