

ÉTUDE DE CAS

PHARMACIES DE SPÉCIALITÉ



OBJECTIFS

- ✓ Optimiser les succursales des pharmacies Avella dans Google Mon Entreprise pour l'exactitude des données
- ✓ Augmenter les visites mobiles propres à une succursale grâce à l'utilisation de mots clés géociblés
- ✓ Augmenter le taux de conversion et les revenus provenant des recherches à proximité



PLAN DE MATCH

- Optimiser l'exactitude générale des données, y compris dans Google Mon Entreprise
- Analyser la réussite et la stratégie existante dans AdWords, et par la suite avec la nouvelle stratégie locale
- Créer une nouvelle campagne locale personnalisée mettant l'accent sur « Où acheter? »
- Investir dans une stratégie AdWords optimisée pour le local



GÉNÉRATION DE PLUS DE
670%
DANS LES CONVERSIONS PAR TÉLÉPHONE



CPC
65.8%
SOUS LA CIBLE



TAUX DE CONVERSION GLOBAL DE
11.4%
178 % plus élevé que le taux de conversion AdWords pour les produits sans marque d'Avella

POURQUOI ÇA A MARCHÉ

« En mettant l'accent sur des mots clés géociblés sans marque, nous avons été en mesure d'aider Avella à attirer des clients prêts à acheter dans leurs pharmacies. Nous sommes ravis de voir Avella tirer davantage profit du marketing local que ce qu'elle croyait possible au départ. »

Brad Wing, VP partenariats et plateformes, SweetIQ



« Le marketing local est essentiel au succès de nos pharmacies. L'ajout de publicités locales ciblées dans l'écosystème local solide bâti pour nous par SweetIQ dans Google Mon Entreprise a complètement changé la donne. »

TODD SPERANZO, VP MARKETING, AVELLA

sweet IQ

DÉCOUVRIR PLUS À SWEETIQ.COM