

# Le distributeur en ligne brésilien Bebe Store dépasse son objectif de ROI sur Facebook de 47,5 % grâce à son partenariat avec 55social et Kenshoo

## CONTEXTE



Le marché brésilien a connu une croissance massive et rapide du nombre d'utilisateurs Facebook qui pourrait atteindre 103 millions d'ici à 2017 selon eMarketer. Leonardo Tristão, directeur général de Facebook au Brésil, a déclaré qu'en septembre 2013, le pays comptait plus de 76 millions d'inscrits au réseau social. Par ailleurs, comScore a déterminé que les sites de média social monopolisaient la plus grande partie du temps en ligne des clients au Brésil, 93 % de celui-ci étant consacré à Facebook. Au vu de cette croissance, la publicité sur Facebook s'est accélérée de manière significative dans la région.

Au Brésil, 55social est une plateforme marketing de média social majeure qui exploite Kenshoo afin de soutenir les projets de publicité sociale payants de ses clients depuis la fin 2012. 55social travaille avec des publicitaires sur de nombreux marchés verticaux clés, y compris la vente au détail. L'un de ses clients les plus prestigieux est Bebe Store, un site d'e-commerce brésilien spécialisé dans les produits pour bébés et nourrissons.



## DÉFI

Avant de confier à 55social la gestion de ses publicités Facebook, l'équipe interne de Bebe Store gérait ses campagnes sociales payantes à l'aide de la plateforme publicitaire native de Facebook. L'équipe sociale de Bebe Store a réalisé que la création et la gestion manuelles de multiples campagnes publicitaires Facebook prenaient énormément de temps ; la plupart des journées étaient consacrées à effectuer des tests et des analyses sur différentes combinaisons de copies, de textes d'annonce et d'audiences. Au bout d'un certain temps, l'équipe a épuisé le pool de ciblage de l'audience et les performances ont commencé à stagner.

Le premier souci de la marque était son coût par like (CPL), qui augmentait à un rythme régulier à mesure que sa page Facebook se développait et gagnait en popularité. Un autre défi devait être relevé : générer un ROI intéressant par le biais de ses campagnes publicitaires Facebook. Bebe Store savait que Facebook représentait une opportunité immense et inexploitée pour générer des ventes et des profits significatifs. C'est pourquoi l'équipe a sollicité des conseils afin d'atteindre ses objectifs en matière de réponse directe.

**Bebe Store s'est tourné vers 55social pour son savoir-faire en matière de gestion des campagnes Facebook dans le but d'atteindre les objectifs suivants :**

- Réduire son coût par like
- Atteindre un ROI minimum de 4x



## SOLUTION

55social savait que pour atteindre ces objectifs, Bebe Store avait besoin d'une plateforme technologique plus puissante afin de soutenir la croissance de sa base de fans à meilleur coût, tout en produisant des résultats de réponse directe sur Facebook. L'équipe 55social a rapidement rejoint les campagnes de Bebe Store sur Kenshoo afin d'apporter davantage d'automatisation, d'évolutivité et de sophistication au programme social du détaillant.

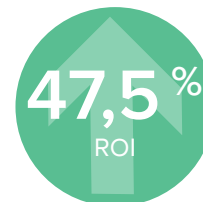
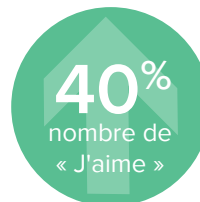
Une fois sur la plateforme Kenshoo, la première amélioration notable fut la capacité de créer rapidement et facilement un grand nombre de permutations de publicités et de segments cibles pour faciliter le test A/B. L'équipe a ainsi pu augmenter de façon significative le nombre de tests A/B afin d'identifier plus facilement les variantes des copies et des textes d'annonce en fonction de la réponse des segments d'audience. Ensuite, grâce au système de génération de rapports de Kenshoo, 55social a pu identifier quels types de publicité, textes d'annonce et cibles étaient les plus performants pour optimiser le programme et rivaliser avec les meilleurs.



Bebe Store avait également créé ce partenariat avec 55social et Kenshoo pour développer et déployer une stratégie de réponse directe via Facebook. Avec une approche d'apprentissage

par le test, Bebe Store a découvert quelles publicités généraient des ventes et un ROI significatifs. Les algorithmes personnalisés de Kenshoo ont optimisé davantage le programme pour atteindre les objectifs définis.

## RÉSULTATS



**Au cours d'une période 5 mois, le nombre de « J'aime » recensés par Bebe Store a augmenté de 40 %, pour un total de 600 000 nouveaux « J'aime ».** Pendant son passage sur Kenshoo, le CPL a été réduit de près d'un tiers du coût initial pendant la même période.

Outre la croissance de fréquentation de sa page, Bebe Store avait également défini des objectifs de réponse directe sur Facebook. Au sommet de la croissance de fréquentation de sa page, l'équipe a constaté un **retour sur investissement multiplié par 5,9** en moyenne, soit un montant supérieur de 47,5 % à son objectif minimum. Elle a ainsi prouvé qu'elle pouvait à la fois générer de nouveaux « J'aime » et des ventes via Facebook.

« Nous avons trouvé une formule gagnante avec l'équipe 55social pour élaborer une stratégie Facebook adaptée au marché brésilien, en tirant parti de la puissance et des capacités d'automatisation de la plateforme Kenshoo. »

— Leonardo Simão, PDG de Bebe Store

Cerise sur le gâteau du succès de ce programme, Bebe Store fut l'objet d'un [article sur Proxima](#), une référence en matière de marketing numérique au Brésil et l'une des marques connaissant la croissance la plus rapide sur Facebook dans le pays.

« L'opportunité de se faire connaître sur Facebook croît à vitesse grand V au Brésil. Kenshoo prend le pouls du marché local et élabore la technologie qui permet à nos clients de rester à l'avant-garde des attentes de la société. Avec la plateforme d'optimisation de contenu de 55social, le résultat est extraordinaire », affirme Emilio Maciel, PDG de 55social. « Bebe Store témoigne avec éloquence de la manière avec laquelle les marques peuvent atteindre leurs objectifs de réponse directe sur Facebook avec la bonne stratégie et les bonnes plateformes. »