



Baggage Claim 3  
Ground Transportation



“La mise en place de l'e-CPC nous assure de maximiser les achats de billets d'avion depuis Microsoft Advertising [...]. Combinée aux audiences RLSA, c'est davantage de signaux qui sont pris en compte par l'e-CPC, permettant de faire plus de volumes de conversions à une meilleure rentabilité.”

Samira Jellabi | Directrice du Pôle SEA | Performics

[LIEN VERS L'HISTOIRE >](#)

[INSCRIVEZ-VOUS SUR MICROSOFT ADVERTISING >](#)

Les taux de conversion remarketing ont été multipliés par

3x



67%

De diminution du CPA remarketing sur l'année précédente



Les solutions Microsoft Advertising:

Enhanced CPC  
Remarketing



## Microsoft Advertising fait décoller les campagnes Search d'Air France

Pour renforcer l'acquisition et améliorer l'efficacité de ses campagnes PPC, Air France s'est tourné vers Performics, une agence Microsoft Advertising Elite Partner. Performics a choisi de tirer parti de deux fonctionnalités de Microsoft Advertising pour toutes les campagnes: CPC amélioré et Remarketing d'audience. Bien que chaque fonctionnalité soit impactante seule, leur combinaison renforce considérablement les résultats.

Cette stratégie a porté ses fruits. Laure Serraille, Responsable Référencement Payant – SEA chez Air France, indique que l'utilisation conjointe du CPC amélioré et du remarketing d'audience a permis de « générer un fort incrémental de ventes tout en augmentant (leur) rentabilité. » En optimisant ses enchères de CPC améliorés ainsi que ses listes de remarketing pour toutes les campagnes Microsoft Advertising, Air France a réduit son CPC de 26% et augmenté ses ventes de 43% en un an.<sup>1</sup>

**AIRFRANCE**

**Performics**

1. Air France internal data, 2019.