



Bing Network. Intelligent search.

Lapeyre aménage ses campagnes avec Bing Ads



Secteur: Retail

Marché: Français

Clients cibles: Consommateurs

Produits utilisés: Mirroring, Bing Shopping, UET, Remarketing

[LIEN VERS L'HISTOIRE](#) →

[LE SUCCES AVEC BING ADS](#) →

Le défi à relever

Poursuivre la croissance des ventes de Lapeyre via le Search, tout en maintenant un bon niveau de ROI.

Les solutions adoptées

- Développer les campagnes sur le Bing Network
- Utiliser les fonctions d'import et de mirroring.
- Développer des campagnes Bing Shopping granulaires
- Remarketing
- UET

Les résultats obtenus

- Volume de ses ventes et revenu généré sur Bing multiplié par deux
- ROI deux fois et demi plus élevé sur Bing Ads
- Panier moyen de 47% supérieur sur les campagnes Bing Shopping et de 16% supérieur sur les campagnes texte et shopping confondues.
- Taux de conversion nettement supérieur sur la tranche d'âge 35-49 ans (50% contre 30% en moyenne)

A propos de Lapeyre et iProspect

Lapeyre, multispécialiste de l'aménagement durable de la maison (menuiserie, cuisine, salle de bains), est une enseigne du Groupe Lapeyre, filiale du Groupe Saint-Gobain. Elle s'appuie sur un réseau de près de 130 points de ventes et de 11 usines françaises.

Lapeyre collabore avec iProspect, un des leaders mondiaux du marketing digital, dans la définition de sa stratégie digitale et le pilotage de l'ensemble de ses leviers digitaux.

"Nous avons constaté que les campagnes Bing, à isopérimètre avec Google, présentaient de meilleures performances que les campagnes Google sur trois indicateurs : un panier moyen et un taux de clics plus élevés, et une rentabilité plus intéressante."

Antoni Aragno

Responsable de projet SEA chez iProspect

