

ROYAL AIR MAROC

SUCCESS STORY

NOTRE CLIENT

Royal Air Maroc est la première compagnie aérienne au Maroc. Elle dessert un large réseau domestique mais également un réseau international avec de très nombreuses destinations en Afrique, en Europe, en Asie, en Amérique du Sud et en Amérique du Nord.

Notre partenariat avec la RAM a débuté en Juillet 2013 avec la mise en place de campagnes test.

SES BESOINS

En faisant appel à nous, les objectifs de Royal Air Maroc étaient les suivants :

- Introduire le Real-Time Bidding dans ses stratégies d'achat en vue d'améliorer la performance de ses campagnes digitales
- Générer du trafic sur leur site commercial afin de booster la croissance des revenus ainsi que le nombre de conversions
- Différencier la RAM de ses concurrents dans un environnement hautement concurrentiel
- Construire un véritable écosystème digital afin de recruter et de fidéliser les clients



NOS STRATEGIES

- Mise en place de différentes stratégies de ciblage: ciblage géographique, ciblage contextuel et par mots-clés, ciblage par tranches horaires, ciblage de sites Premium, retargeting
- Mise en place d'un processus de tracking en temps réel des utilisateurs afin d'acquérir des données sur une audience qualifiée et collecte de données auprès de nos comparateurs de vols partenaires Liligo et Kayak
- Ciblage de segments d'internautes spécifiques, identifiés grâce à des données first-party et third-party
- Utilisation des informations collectées grâce aux cookies sur les internautes et leurs intentions d'achat de billets d'avion afin de leur envoyer des messages publicitaires ciblés
- Utilisation de nos outils technologiques afin d'obtenir une granularité maximale et d'envoyer le bon message publicitaire, aux utilisateurs les plus qualifiés, au bon moment et sur le bon site.
- Elaboration d'une stratégie pour chaque ligne commerciale en fonction du pays, de la région et de la ville de départ
- Mise en place de systèmes automatiques d'achat d'impressions publicitaires 100% transparents grâce à nos outils technologiques afin d'optimiser notre budget publicitaire : le budget est automatiquement alloué aux segments et de stratégies les plus rentables et retiré des moins rentables
- Création de bannières dynamiques fondées sur la saisonnalité, la météo et des événements ponctuels
- Mise en place de stratégies multicanaux et reporting pour chacune de ces stratégies





LES RESULTATS

- Mise en place de plus de 2000 stratégies simultanément et en temps réel
- Réduction du CPA de 70%
- Augmentation des ventes sur internet de 50%

« Après une première période de tests avec Adventure Media, les résultats ont été au rendez-vous: les ventes sur internet ont significativement augmenté. Nous avons donc décidé d'augmenter notre budget de publicité digitale. »

Fatine El Kadiri, Manager e-communication chez Royal Air Maroc

ET MAINTENANT?

Les résultats de nos campagnes ayant dépassé nos attentes, la RAM a décidé d'augmenter son budget de publicité digitale et de pérenniser notre partenariat. L'enjeu pour nous est alors aujourd'hui :

- D'augmenter le nombre de conversions en maintenant un bon CPA
- D'établir de nouveaux partenariats avec des comparateurs de vols sur internet afin de nous rapprocher de l'objectif de conversion de notre client

