

# CKE Restaurants, Inc. met ses marques en valeur grâce à Google Analytics.



“Cela nous a apporté une aide considérable de pouvoir extraire rapidement des données, de les organiser par dates, par visites, par clics et de les comparer sur différentes périodes.”

**Justin Bain**  
Directeur Marketing, Spacedog



## ABOUT GOOGLE ANALYTICS

Google's web analytics service enables advertisers and publishers to make their marketing campaigns more efficient and their websites more effective. Advertisers can increase their return on investment by optimizing online marketing campaigns, tracking referral sources, improving web design and content, and identifying visitor preferences. Google Analytics' intuitive interface makes it easy to segment customers, identify top performing ad campaigns, and understand user preferences.

For more information, visit [www.google.com/analytics](http://www.google.com/analytics).

## Activité

Le dynamisme de jeunes entrepreneurs et notamment celui du fondateur de CKE Restaurants, Carl N. Karcher, qui a su combler ce désir de mobilité américain en fournissant des repas de qualité supérieure à des prix abordables, est à l'origine de la croissance de cette chaîne de restauration rapide maintenant connue de tous. L'industrie de la restauration rapide est apparue en Californie du Sud avec l'émergence de la culture automobile pendant et après la seconde guerre mondiale. Elle s'est développée parallèlement aux autoroutes américaines et s'intègre à présent au style de vie des américains.

Aujourd'hui, CKE gère des marques régionales parmi les plus renommées des États-Unis dans le secteur de la restauration rapide : Carl's Jr., Hardee's, La Salsa Fresh Mexican Grill et Green Burrito. Le système CKE recense plus de 3 200 points de vente dans 44 États et 13 pays.

## Méthode

Pour la plupart des services de restauration rapide, le développement de la marque sur Internet passe au second plan, mais CKE Restaurants fait exception. Internet est le principal support utilisé par CKE pour accroître la notoriété de ses marques. Les sites de Carl's Jr. et de Hardee's sont de véritables espaces interactifs pour les clients de CKE et proposent des jeux d'arcade en ligne, des publicités télévisées, des menus interactifs, une fonction pour localiser les restaurants et des informations nutritionnelles. Ces sites proposent également des bandes-annonces et des vidéos ainsi que des loteries promotionnelles et des cadeaux de partenaires comme New Line Cinema, Motorola et Napster.

Sur Internet, le spot le plus osé de CKE se trouve sur [www.spicyparis.com](http://www.spicyparis.com), site qui a enregistré 4 millions de visiteurs en trois semaines. Il met en scène Paris Hilton dans un spot trop sexy pour la télévision, où la célébrité lave une voiture tout en mangeant un Spicy Burger de chez Carl's Jr. Le site propose également un making of avec Paris et une parodie du spot en question avec “Eugène”, qui nous rappelle l'importance du casting.

“Il est aisé de réunir un grand nombre de données, le plus difficile consiste à les organiser et à obtenir une présentation claire. L'interface de Google Analytics est très conviviale. Nous apprécions particulièrement la vue globale sous forme de graphique qui permet de visualiser l'origine des visiteurs de nos sites.”

Notre objectif est que les marques de CKE soient connues du plus grand nombre, dit Dustin Callif, directeur général de l'agence de marketing interactif de CKE, Spacedog. “Pour l'atteindre, nous devons disposer de mesures telles que le temps moyen passé sur les sites Web de CKE, le nombre de visiteurs déjà connus et un indicateur d'ordre qualitatif de ces visites.”

La société Spacedog disposait d'une solution d'analyse Web intégrée, mais celle-ci ne répondait pas à toutes ses attentes. “Avec notre ancienne solution d'analyse et de

---

“Nous supposions que la partie jeux était la plus fréquentée. Google Analytics nous l’a confirmé. Nous pouvons donc enrichir notre site avec de nouveaux jeux.”

**Justin Bain**  
Directeur Marketing, Spacedog

---

rapports, plusieurs minutes étaient parfois nécessaires pour obtenir des résultats élémentaires, comme le nombre de visites, de consultations et de clics pour une seule et unique page”, explique Justin Bain, directeur du marketing pour Spacedog. “Nous passons tellement de temps à générer les rapports que nous n’avons plus le temps de les analyser.”

L’agence Spacedog a choisi Google Analytics pour les performances exceptionnelles de son service d’analyse Web et ses fonctions avancées. Elle a obtenu instantanément des informations permettant d’accroître l’efficacité des campagnes marketing et des promotions de CKE.

### Résultats

L’équipe Spacedog a pu découvrir et utiliser Google Analytics rapidement, grâce à une interface claire et conviviale. D’après M. Bain, “il est aisé de réunir un grand nombre de données, le plus difficile consistant à les organiser et à obtenir une présentation claire. L’interface de Google Analytics est très conviviale. Nous et CKE apprécions particulièrement la vue globale sous forme de graphique qui permet de visualiser l’origine géographique des visiteurs des sites.”

### Visibilité accrue, réduction des coûts

Au cours des premières semaines de la campagne Spicy Paris, environ 50 000 personnes ont cliqué sur le bon de réduction Spicy Burger et plus de 60 000 ont cliqué dans le champ de recherche de restaurants. Plus de 60 000 personnes ont envoyé la vidéo Spicy Paris à un ami. “Ce type de marketing viral, grâce auquel les gens partagent et visualisent des vidéos, est impossible à réaliser à la télévision. Une campagne télévisée aurait coûté plusieurs millions de dollars supplémentaires pour obtenir une telle visibilité”, déclare M. Callif.

### Conception de site Web optimisée

Les données de Google Analytics ont permis à MM. Callif et Bain de mesurer rapidement la réussite de leurs campagnes, avec l’évolution en pourcentage des pages vues, des clics et d’autres indicateurs. Pour l’équipe Spacedog, l’indice le plus important est le temps moyen passé sur chaque site. En tant que système de restauration rapide, CKE s’intéresse moins au taux de clics qu’au temps passé par les internautes à tester les fonctions interactives des marques de CKE. Les données de Google Analytics ont mis en évidence la section la plus fréquentée des sites de Hardee’s et de Carl’s Jr. : celle des jeux d’arcade en ligne. “Nous supposions que la partie jeux était la plus fréquentée. Google Analytics nous l’a confirmé. Nous pouvons donc enrichir notre site avec de nouveaux jeux”, déclare M. Bain.

### Mise en place d’un marketing individualisé (one to one)

Lorsqu’un internaute s’inscrit à une loterie ou une promotion, Spacedog enregistre ses coordonnées dans une base de données. Le marketing relationnel peut alors débiter par le biais de lettres d’information par e-mail. Les sites de CKE proposent également des bons de réduction et une fonction pour localiser les restaurants. Avec Google Analytics, MM. Callif et Bain peuvent connaître l’efficacité de chacune de ces stratégies, chose impossible auparavant.

Google Analytics permet également à Spacedog de connaître à tout moment le pourcentage de personnes qui retournent sur un site, obtenant ainsi un baromètre des performances des promotions mensuelles. Le but est de faire revenir les gens et de les inciter à entrer leurs coordonnées dans la base de données de CKE. En septembre 2005, les données de Google Analytics indiquaient une augmentation de 20 % des visiteurs connus et que 25 % des personnes inscrites à une loterie ou une promotion avaient demandé à recevoir la lettre d’information de CKE.

---

“Les clics correspondant aux inscriptions dans une base de données, aux bons de réduction et à la localisation d’un restaurant sont des interactions plus déterminantes que les autres. Avec Google Analytics, nous sommes en mesure de saisir et d’enregistrer ces informations.”

**Justin Bain**

Directeur Marketing, Spacedog

---

### Accès immédiat à des informations pertinentes

Lors de la campagne sur [spicyparis.com](http://spicyparis.com) qui a attiré des millions de personnes en trois semaines, Google Analytics a fonctionné parfaitement. D’après M. Bain, “avec toutes les données à traiter, notamment dans le cadre de Spicy Paris, cela nous a apporté une aide considérable de pouvoir extraire rapidement des données, de les organiser par dates, par visites, par clics et de les comparer sur différentes périodes. De plus, nous avons éliminé les délais importants que nous devons supporter avec notre ancienne solution.”

### Fondement des actions marketing futures

Avec les données de Google Analytics, CKE peut non seulement alimenter ses bases de données, mais aussi se servir de ses sites comme laboratoires de recherche marketing afin de découvrir les fonctionnalités qui suscitent le plus d’enthousiasme et génèrent le plus de téléchargements de bons de réduction. Et plus important encore, Google Analytics fournit à CKE un espace permettant d’essayer de nouvelles techniques marketing. Le pourcentage du budget marketing consacré au Web est toujours relativement faible, mais les coûts de production et par impression sont bien inférieurs à ceux de la télévision.

Nous pouvons disposer d’une présence importante sur le Web pour une fraction de notre budget médiatique global, déclare Brad Haley, Vice-président exécutif et Responsable marketing en chef de Carl’s Jr. et de Hardee’s. “Dans les 4 à 10 années à venir, notre budget de production et médiatique passera du traditionnel au non traditionnel, lorsque Internet deviendra notre principal support de publicité et de promotion.”

