



## La société Discount Tire a augmenté ses ventes en ligne de 14% dès la première semaine d'utilisation de Google Analytics.

“Google Analytics est beaucoup plus facile à implémenter que tous les autres produits d'analyse Web que nous avons pu essayer. Sa mise en application et sa maintenance ne coûtent presque rien et prennent un temps insignifiant. De plus, les objectifs et le cheminement des visiteurs peuvent être modifiés instantanément.”

Travis Unwin  
Directeur général



### 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

Discount Tire propose une grande variété de choix de pneus et de roues à des prix abordables, dans des magasins ou sur Internet. Avec 40 ans d'activités, Discount Tire est la plus grande chaîne de magasins de pneus indépendante des États-Unis, avec 600 magasins spécialisés dans les pneus et les roues.

En sus des points de vente traditionnels, Internet est en passe de devenir l'un des réseaux de distribution les plus efficaces de Discount Tire. Grâce à un système interactif, les acheteurs en ligne peuvent faire des essais de roues virtuels pour évaluer l'effet visuel sur des véhicules spécifiques. Ils peuvent également gagner du temps et faire des économies de diverses manières : commande de pneus ou de roues sans payer les frais d'expédition, achat de pneus et prise de rendez-vous pour l'installation auprès de leur point de vente local, le tout directement en ligne. Le chiffre d'affaire cumulé généré par Internet et les points de vente se monte à 2 milliards de dollars pour une exploitation couvrant 18 États.

### Méthode

Générer du trafic de clients potentiels qualifiés vers le site Web pour des ventes directes et faire en sorte qu'un nombre plus important d'acheteurs se rendent dans les points de vente locaux sont les objectifs vitaux de Discount Tire. Les campagnes publicitaires sur les pages de recherche Google AdWords™ sont déterminantes dans la réalisation de ces objectifs. AdWords est particulièrement efficace du fait de sa capacité à cibler précisément les clients locaux grâce à un système de messages régional et saisonnier. En outre, aucune campagne n'échappe au système de mesure.

Discount Tire est une société dont la gestion est axée sur les résultats, les chiffres et mesures sont donc d'une importance capitale. La société emploie à temps plein un analyste et utilise des outils d'analyse Web afin d'évaluer l'efficacité de tous ses investissements marketing sur Internet, y compris AdWords. “Nous avons tout essayé, de l'analyse de fichier journal au suivi de cookies et des annonces à l'aide de balises afin de mesurer l'efficacité de notre site Web et de nos campagnes publicitaires sur Internet. Malheureusement, toutes ces méthodes avaient de graves inconvénients,” explique Travis Unwin, Directeur général de Blue Ribbon Consulting, l'agence de marketing en ligne de Discount Tire.

“Les rapports sur le cheminement des visiteurs de Google Analytics représentent un élément crucial de notre réussite. Tous nos efforts sont centrés sur l'utilisateur. Google Analytics nous donne les données dont nous avons besoin pour identifier rapidement l'étape à laquelle le processus en ligne est interrompu. Nous pouvons donc y remédier immédiatement.”

En particulier, les programmes d'analyse de fichiers journaux et les autres outils d'analyse nécessitaient un travail de personnalisation important avant de fonctionner efficacement, ce qui exerçait une pression non négligeable sur les ressources informatiques de Discount Tire. En outre, toutes les solutions essayées par Discount Tire avaient donné des résultats mitigés ou peu fiables. “Nous souhaitions bénéficier d'outils d'analyse et de rapports perfectionnés et sûrs, mais ceux que nous avons utilisés jusqu'alors nécessitaient trop de modifications pour chaque page Web”, expli-

---

“La publicité sur les pages de recherche, particulièrement avec Adwords, est la pierre angulaire de notre méthode. C’est un domaine que nous souhaitons développer en permanence.”

Travis Unwin  
Directeur général

---

que Mike Bolland, responsable du commerce électronique chez Discount Tire. Suite à ces résultats décevants, Discount Tire s’est mis à la recherche d’une alternative viable et a décidé d’essayer Google Analytics.

### Résultats - Démarrage rapide, gestion peu coûteuse

D’après Unwin et Bolland, Google Analytics a été facile à mettre en application, n’a nécessité pratiquement aucune personnalisation et a fourni immédiatement les mesures détaillées dont la société avait besoin. Le moyen principal de générer du trafic vers le site Web est la publicité sur les pages de recherche reposant sur les mots clés. Google Analytics a fourni une intégration rapide aux campagnes AdWords, permettant de mesurer précisément les résultats, ainsi que la possibilité de marquer les URL de destination des mots clés d’un simple clic. L’équipe Discount Tire a pu facilement configurer des objectifs de conversion et de cheminement des visiteurs au sein de Google Analytics, au lieu d’être obligé d’ajouter des balises différentes aux pages du site Web, un avantage certain qui nous permet de maintenir le site dynamique de la société sans pour autant engager trop de ressources informatiques.

Google Analytics est beaucoup plus facile à implémenter que tous les autres produits d’analyse Web que nous avons pu essayer, déclare Unwin. “Sa mise en application et sa maintenance ne coûtent presque rien et prennent un temps insignifiant. De plus, les objectifs et le cheminement des visiteurs peuvent être modifiés instantanément.”

### Une conception de site optimisée

Depuis l’adoption de Google Analytics, Discount Tire est en mesure d’effectuer le suivi des campagnes marketing d’une façon extrêmement détaillée, qui inclut même le retour sur investissement concernant des produits spécifiques. L’équipe peut également évaluer le comportement de chaque acheteur à l’aide des fonctionnalités Cheminement des visiteurs et Synthèse/données site. Google Analytics offre également des informations concrètes sur la navigation sur le site. Bolland et Unwin effectuent le suivi des dix points d’accès les plus utilisés pour chaque page et analysent le cheminement des visiteurs à partir de ces points afin de rationaliser les interactions des clients sur le site.

En juillet 2005, Discount Tire a commencé à vendre des pneus et des roues en ligne. Google Analytics a joué un rôle essentiel en permettant à l’équipe marketing d’effectuer le suivi et de mesurer les résultats de cette nouvelle initiative. Par exemple, Google Analytics a aidé l’équipe à évaluer l’efficacité de la conception du site dans l’optique des conversions en vente. Google Analytics a permis d’identifier la meilleure terminologie pour le texte du bouton de commande. Le choix de “Acheter et effectuer une réservation” a coïncidé avec une énorme baisse des ventes. Lorsque le texte a été remplacé par “Commander et effectuer une réservation”, les ventes en ligne ont augmenté de 14 % en une semaine.

L’équipe marketing a également découvert que les internautes abandonnaient leur panier si les articles n’étaient pas disponibles dans leur point de vente local. L’ajout d’un texte explicite assurant aux clients que Discount Tire s’engageait à ce que les articles soient disponibles localement a permis de faire chuter les taux d’abandon et de faire augmenter les ventes de 36 %.

Les rapports sur le cheminement des visiteurs de Google Analytics représentent un élément crucial de notre réussite, déclare Bolland. “Tous nos efforts sont concentrés sur l’utilisateur. Google Analytics nous donne les données dont nous avons besoin pour identifier rapidement l’étape à laquelle le processus en ligne est interrompu. Nous pouvons donc y remédier immédiatement.”

---

“Chaque nouvelle donnée fournie par Google Analytics nous donne dix nouvelles idées pour aider nos clients à trouver ce qu’ils cherchent en ligne.”

**Travis Unwin**  
Directeur général

---

### Efficacité marketing accrue à moindre coût

L’équipe marketing utilise également les écrans résumant les performances clés offertes par Google Analytics pour tenir les cadres de l’entreprise informés de l’évolution et des résultats des ventes directement liés aux investissements publicitaires en ligne. Le marketing en ligne étant un outil efficace dont l’impact est quantifiable, Discount Tire a décidé d’y investir des ressources plus importantes.

Le marketing en ligne est en train de prendre une part prépondérante dans la stratégie marketing globale de Discount Tire, déclare Unwin. “La publicité sur les pages de recherche, particulièrement avec Adwords, est la pierre angulaire de notre méthode. C’est un domaine que nous souhaitons développer en permanence.”

D’après Matt Greene, Président de Blue Ribbon, “d’un point de vue stratégique, Blue Ribbon a travaillé avec ses clients pour mieux comprendre l’importance colossale du marketing en ligne (en sus des avantages indéniables du suivi et des résultats positifs générés par les recherches). La conséquence logique est une redistribution des investissements de la publicité traditionnelle vers le marketing en ligne. Les outils Google Analytics nous permettent de contrôler ce processus et nous aident à en identifier les failles potentielles.”

### Des données concrètes pour une optimisation constante

En 2006, la société prévoit de se concentrer sur le ciblage local en s’appuyant sur les données fournies par Google Analytics. La publicité locale est moins onéreuse et Discount Tire peut réagir rapidement en peaufinant les messages adressés aux clients, en ciblant des régions à l’aide de publicités saisonnières et en modifiant les mots clés de recherche ou les stratégies d’enchères sur AdWords afin d’augmenter le trafic et d’améliorer les résultats. Le ciblage local, en particulier, a un impact extrêmement positif sur les ventes de Discount Tire, que ce soit sur le site Web ou dans les points de vente. D’après Unwin, le marketing ciblé sur la recherche locale est trois fois plus efficace pour générer des transactions en ligne que les campagnes nationales, ce qui est tout à fait logique pour une société dont l’essentiel des ventes s’effectue dans des magasins et non par correspondance.

Les développements prévus incluent la modification de la logique de décision d’achat sur le site Web afin de faciliter des ventes plus consultatives et l’utilisation du marketing en ligne pour renforcer l’identité de la marque Discount Tire. Grâce aux données fournies par Google Analytics, les dirigeants de Discount Tire peuvent prendre des décisions commerciales avisées en identifiant des tendances et en procédant à un ajustement et à un renforcement constants de leurs stratégies de marketing.

Chaque nouvelle donnée fournie par Google Analytics nous donne dix nouvelles idées pour aider nos clients à trouver ce qu’ils cherchent en ligne, déclare Bolland. “Google Analytics nous permet de définir ce que nous devons essayer en premier, puis d’effectuer le suivi de chaque modification apportée pour en évaluer le succès, ceci afin de vérifier la véracité de nos hypothèses. Google Analytics est un élément déterminant de notre politique d’amélioration constante de notre site et de son ergonomie.”

### À propos de Blue Ribbon Consulting

Fondée en janvier 2002, la société Blue Ribbon travaille avec des détaillants, des fabricants et des sociétés de services leaders dans leurs secteurs respectifs et concentre ses efforts sur le développement et l’exploitation de nouvelles stratégies d’acquisition de clients pour le compte de sa clientèle. Blue Ribbon propose une gamme complète de services de planification de médias et d’achats en ligne et possède une expertise approfondie en matière de marketing sur les pages de recherche, mais aussi d’autres réseaux média cruciaux tels que l’affichage, les pages jaunes Internet, les programmes de comparaison de prix, les médias locaux et les réseaux émergents tels que les podcasts et les flux RSS.

