






MILENIA | MARKETING DIGITAL | ÉTUDE DE CAS

# STRATÉGIE D'ACQUISITION CLIENT

Milenia a mandaté Imedia.ch pour le lancement de leur nouvelle entreprise dans le secteur très concurrentiel du crédit et de la solvabilité. Tout d'abord en Suisse romande puis, en Suisse alémanique.

 <p>STRATÉGIE DIGITALE</p>	 <p>RÉFÉRENCIEMENT PAYANT SEA</p>	 <p>ANALYTICS</p>	 <p>DÉVELOPPEMENT</p>
 <p>DESIGN</p>			





## CHALLENGE

Positionner rapidement Milenia comme un acteur réputé au milieu de concurrents nombreux et agressifs sur Google.

## SOLUTION

Suite à une analyse du marché et de la concurrence, nous avons déployé des campagnes d'acquisition sur Google (SEA) pour générer des demandes de crédit en ligne.

Afin d'optimiser les coûts d'acquisition et d'améliorer le taux de conversion, nous avons apporté des améliorations au niveau des landing pages (page d'atterrissage suite à un clic sur une annonce Google), des textes, des appels à l'action et en terme d'expérience utilisateur.

Nous avons également optimisé les campagnes en sélectionnant les mots clés les plus pertinents qui génèrent le plus de demandes rentables pour l'entreprise.

Ces optimisations ont pu être réalisées grâce à la mise en place d'un tracking avancé qui utilise l'Intelligence Artificielle (AI) des conversions et à l'utilisation de l'A/B testing via Google Optimize.

Nous avons déployé une stratégie d'acquisition sur Google en différentes étapes :

- Lancement de campagnes Google Ads
- Optimisation des campagnes assistées par AI pour générer des demandes rentables
- Amélioration du taux de conversion

## RÉSULTATS

En seulement une année, Milenia s'est imposée dans son secteur. Les actions menées ont permis d'augmenter le nombre de demandes tout en stabilisant les coûts de conversion. Sur la partie solvabilité, nous avons pu observer une augmentation d'environ 3,5% des demandes grâce à l'optimisation des appels à l'action. Du côté des demandes de crédit, les modifications sur des textes et des appels à l'action ont permis d'augmenter de 15% le trafic allant de la landing page jusqu'à la page du formulaire de demande.



## TÉMOIGNAGE OU INTERVIEW

Notre collaboration avec imédia a commencé il y a de longues années, sur d'anciens projets plus petits. Lorsque Milenia a été créée, l'évidence s'est imposée : nous devons développer avec eux.

Afin de pouvoir atteindre nos objectifs et devenir numéro 1 sur la marché Romand en moins de 3 ans, il fallait rapidement se positionner et nous avons besoin de support. D'abord avec Google Ads bien sûr, mais aussi avec les réseaux sociaux, le développement web de notre site internet mais aussi, et surtout, notre CRM. Nous avons donc misé sur imédia pour l'ensemble des prestations nécessaires à notre développement.

Dans un milieu où la concurrence est grande, nous avons trouvé en imédia un partenaire de confiance, et nous avons atteint notre but 8 mois plus rapidement que prévu.

Aujourd'hui nous devons maintenir la qualité de nos prestations, et continuer notre développement.

Avec imédia comme partenaire, nous pouvons compter sur une équipe sérieuse, attentive et réactive, et nous pouvons nous concentrer sur notre travail en toute confiance.

## À PROPOS DU CLIENT

Entreprise basée à La Conversion, Milenia est active dans le crédit et la gestion des finances privées. Elle compte une équipe de 14 collaborateurs, assurant un travail de qualité en toute discrétion et courtoisie. Elle se fait un devoir de vous proposer la meilleure offre en termes de prêt personnel, de gestion de finances ou de budget, d'assurance chômage et de crédit privé en Suisse.