

CLIENT :  
**Tooway**

SECTEUR :  
**Tech**



**-47%**

du coût par  
clic

**-15%**

du coût par  
acquisition

**+80%**

du taux de clic sur les  
annonces AdWords  
chez les visiteurs ayant  
cliqué sur une annonce  
Facebook

Lire l'étude de cas sur *Facebook  
for business* :

 [on.fb.me/1ALtZBp](https://on.fb.me/1ALtZBp)

**Avec son offre Internet par satellite,  
Tooway, marque du groupe Eutelsat,**  
garantit un « accès haut débit partout », notamment dans les  
zones mal desservies par l'ADSL, la fibre et le mobile dans plus de  
55 pays.

Depuis presque un an, Tooway utilise les solutions publicitaires de  
Facebook, principalement pour des problématiques d'acquisition  
et pour améliorer son ciblage publicitaire en Europe et en Turquie.

## **Comment mesurer l'impact des publicités Facebook sur la performance des campagnes AdWords ?**

### **La complémentarité de Facebook et du Search par A+B.**

Afin de mesurer précisément l'impact des annonces Facebook sur  
les recherches Google pour Tooway, fifty-five a mis en place un  
protocole de tracking de qualité. Deux mois après le lancement du  
protocole, les résultats sont frappants.

### **Objectif : Accroître les acquisitions à un moindre coût.**

Acteur de niche dans le marché de l'accès à internet, le principal  
objectif de Tooway est de développer sa clientèle, en profitant des  
nombreuses possibilités de ciblage de la publicité en ligne pour  
minimiser les coûts d'acquisition.

fifty-five, qui accompagne Tooway dans ses campagnes Search et Social sur Facebook, a proposé à son client d'étudier l'impact de l'exposition aux campagnes Facebook sur les recherches Google. Autrement dit, prouver comment Facebook engendre une amélioration des KPIs d'acquisition via AdWords.



“Nous nous doutions que Facebook avait un impact positif sur nos campagnes SEA, mais ce protocole nous a permis de mesurer précisément cet impact. La combinaison de campagnes Facebook et SEA nous permet d'atteindre des coûts par acquisition très avantageux.”

**Yann Bienvenu**  
Directeur marketing et e-commerce, Eutelsat Broadband

### **Solution : Un protocole de tracking sur mesure.**

Les équipes de fifty-five ont commencé par mettre en place un tag de remarketing Adwords, sur toutes les pages de Tooway Italie. A partir de ce tag, 2 listes de remarketing ont été créées, chacune de 30 jours de durée de vie :

**Liste 1** : tous les visiteurs issus d'un clic sur une publicité Facebook

**Liste 2** : tous les visiteurs, sauf ceux issus d'un clic sur une publicité Facebook

Ces 2 listes sont mutuellement exclusives. fifty-five a ensuite analysé les KPIs Adwords de ces 2 listes, après 2 mois de test.

### **Succès : Facebook booste les performances SEA.**

L'impact de Facebook s'exprime par une hausse de 80% du taux de clic, et par des coûts par clic et par acquisition bien inférieurs : -47% et -15% respectivement.

**55** the data company

fifty-five accompagne les entreprises dans l'exploitation de leurs données au service d'un marketing et un achat-média plus performants. Partenaire des annonceurs de la collecte à l'activation des données, l'agence aide les organisations à devenir de véritables entités omnicanales maîtrisant l'efficacité de leur écosystème digital et ses synergies avec le monde physique. Pilier data stratégique de You & Mr Jones, premier groupe de BrandTech au monde, fifty-five propose des prestations associant conseil, services et technologie. L'agence compte aujourd'hui des bureaux à Paris, Londres, Hong Kong, New York et Shanghai.