



Mercredi 11 janvier 8h -> Mardi 21 février

Les tendances soldes 2017

- **Essor des ventes privées qui avancent la période de soldes:** pour les soldes 2016, on observe un pic de requêtes "ventes privées" dès le 29/12/15
- Des consommateurs de plus en plus **omnicanal**:
 - Web-to-store: recherche d'informations sur le web -> achat en magasin
 - Store-to-web: essai des produits en magasin -> achat en ligne
- **Le mobile**, support incontournable:
 - Pour la recherche (40% des requêtes se font désormais sur smartphone)
 - En magasin (30% des clients qui utilisent leur smartphone cherchent des informations, 20% comparent des prix)

Votre stratégie Soldes 2017

- Soyez clair sur vos **objectifs (Traffic / Ventes?)** et adaptez votre stratégie à vos objectifs
- Soyez **présent et visible en ligne** grâce aux annonces Textes, Shopping et Display
- Boostez le **mobile**
- **Ré-engagez** efficacement vos audiences

Plan d'action

Des Budgets & Enchères ajustés

- Augmentez les budgets pour vos top produits
- Réallouer vos budgets en fonction des performances de vos campagnes
- Maintenez votre part de voix en modifiant vos enchères et budgets
- Pour le jour de lancement des Soldes (11 janvier), passez en enchères manuelles et utilisez eCPC & les taux de conversion de 2016 pour optimiser vos enchères

Une forte présence Mobile

- Pensez aux campagnes de promotions d'applications (vos clients viennent de recevoir de nouveaux Smartphones pour Noël)
- Vérifier que toutes vos campagnes sont opt-in mobile
- Boostez vos enchères mobile afin d'être visible auprès des internautes qui recherchent sur smartphone
- Augmentez les enchères mobile et locales, proche des magasins avant le jour J pour profiter des visites de "repérage"

Un flux Shopping à jour

- Préparez en amont vos flux shopping mis à jour avec vos prix soldés et la date de validité
- Mettez à jour vos flux minimum 7 jours avant vos opérations promotion. Les changements effectués après ne seront pas garantis d'apparaître le jour J

Des Annonces adaptées

- Enrichissez vos campagnes avec les mots-clés de saison
En cas d'ajout massifs de mots clés (>10M mots clés ou >1M Ads), anticipez la demande en contactant votre chargé de compte qui fera le nécessaire pour que vos annonces soient validées
- Configurez vos [extensions d'annonces](#) manquantes et vos [extensions de lieu](#)

Des leviers Audience et Remarketing activés

- Allongez la durée de validité de vos listes de remarketing afin de pouvoir re-cibler ces internautes tout le long de la période des soldes
- Augmentez les ajustements d'enchères de vos listes de Remarketing configurées sur vos Campagnes de Recherche (listes RLSA)