



C'est plus de 3 milliards de chiffres d'affaires dont la moitié provient du mobile.

Plus de 20 millions de visiteurs uniques mensuels.

La mission de Mobsuccess ?

Développer le parc d'utilisateurs de l'appli tout en conservant un objectif de ROI.



Notre proposition : un vaste plan de communication en 2 phases

Phase 1 (9 mois) : créer un effet d'entraînement via les classements d'applis dans les stores



La logique de cette phase était d'utiliser les algorithmes de calcul des classements des applis pour remonter très vite dans les stores, gagner en visibilité, et générer sur cette base beaucoup de recrutements organiques. Nous avons mis en place un dispositif de téléchargements « incentivés » qui a permis en quelques jours d'atteindre le TOP 5 des applis les plus téléchargées.

C'est une stratégie à double détente : au delà des recrutements propres à la campagne s'ajoute des recrutements organiques (et gratuits) qui n'auraient pas eu lieu avec une approche purement « Roiste ».

Phase 2 (6 mois) : Mise en place d'une stratégie « ROIste »

Une fois le premier pallier atteint et la dynamique lancée, nous avons pu affiner la qualité des recrutements avec un objectif prioritaire de recrutement au ROI. En nous connectant à des régies mobiles spécialisées et par un examen attentif des performances, nous avons pu multiplier par 10 le ROI des campagnes.

Aujourd'hui, 1 euro dépensé par Cdiscount dans la technologie Mobsuccess en rapporte 19 à J+7 post téléchargement.





Résultats :

- ▶ **25 MILLIONS** de vues de la marque
- ▶ **1 000 000** de téléchargements
- ▶ **2,5 MILLIONS €** de CA à J+7 post téléchargements (sur 1 semestre)

La vision de l'expert Les facteurs clés de succès

L'entonnoir : mixer une stratégie longue traîne au démarrage et une approche Roiste

La diffusion large initiale a permis de donner une belle dynamique à l'appli, qu'est venu compléter la stratégie orientée sur le revenu généré à court terme.

Aujourd'hui une telle stratégie est toujours possible, mais avec les modifications d'algorithmes intervenues dans les classements des stores, l'effet d'entraînement sur l'organique est malheureusement moins important.



Identifier les formats les plus performants.

Grâce à un travail continu d'A/B test, nous faisons en sorte de maintenir le ROI à la hauteur des objectifs fixés par Cdiscount.

Une relation directe et transparente avec l'annonceur

Pas d'intermédiaire dans notre relation, nous travaillons en toute transparence avec Cdiscount sur les performances. Les debriefs de campagnes avec l'annonceur nous permettent d'orienter de façon réactive les investissements par rapport au besoin, mais toujours dans une recherche de ROI.

Nous contacter :

team@mobsuccess.com
Tel : +33 (0)1 86 95 00 29