



# CASE STUDY

ProTruckshop

# OBJECTIFS

L'objectif de ProTruckshop était d'augmenter le nombre de devis envoyés par jour, concernant les pièces détachées proposées sur le site, tout en maintenant un coût par clic stable.

# STRATÉGIES

Segmenter les campagnes de manière à optimiser les dépenses par véhicules et modèles.

Développer le Remarketing sur des listes d'audiences multiples (30j,60j,90j et 540 jours)

Créer des campagnes DSA et RDSA

Optimiser la présence sur le réseau Display via des campagnes génériques et de marques.

Maintenir les coûts par clic de manière à optimiser les dépenses.

The screenshot displays the ProTruckshop website interface. At the top, the ProTruckshop logo is accompanied by the tagline 'Pièces détachées pour poids lourds et véhicules utilitaires'. A 'Service Client' phone number '01 40 20 41 93\*' is prominently displayed. A navigation menu includes categories like 'Freinage', 'Filtration', 'Embrayages / Boîtes de vitesses', 'Liaison au sol', 'Moteur', and 'Thermique / Climatisation'. Below this, a search section titled 'Recherchez vos pièces Poids Lourd et Véhicule Utilitaire' offers three search methods: 'Par modèle' (with dropdowns for brand, model, and motor), 'Par immatriculation' (with a license plate input field showing 'AA-333-AA'), and 'Par référence' (with a barcode input field). A promotional banner at the bottom features the text 'EVITEZ LA SURCHAUFFE !' and 'Avec 5% de remise supplémentaire sur la climatisation : compresseurs, condenseurs, déshydrateurs...', along with images of Hella and Denso air conditioning components.

# RÉSULTATS

3 MOIS APRÈS LA REPRISE DES CAMPAGNES\*

DEVIS ENVOYÉS

  
**+14,3%**

NOUVEAUX CLIENTS

 **+30%**

COMMANDES FINALISÉES

  
**+16%**

CPC  
MOYEN :

  
**-14,6%**

\* en comparaison des 3 mois précédant la reprise