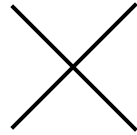


**LMWR.**  
Brand | Tech | Perf



**condor**  
F E R R I E S

  
**Brittany Ferries**



**SOMM**

- 1. Mise à jour  
Propositions créatives**
- 2. Récap' média**
- 3. Next step**
- 4. Proposition  
budgétaire**

# Propositions créatives

# Posts fixes

Créa#1



The ISLANDS of  
**GUERNSEY**

SAINT-MALO > GUERNESEY  
EN 2H SEULEMENT

Aller-Retour journée  
**59€** par adulte



Créa#2



The ISLANDS of  
**GUERNSEY**

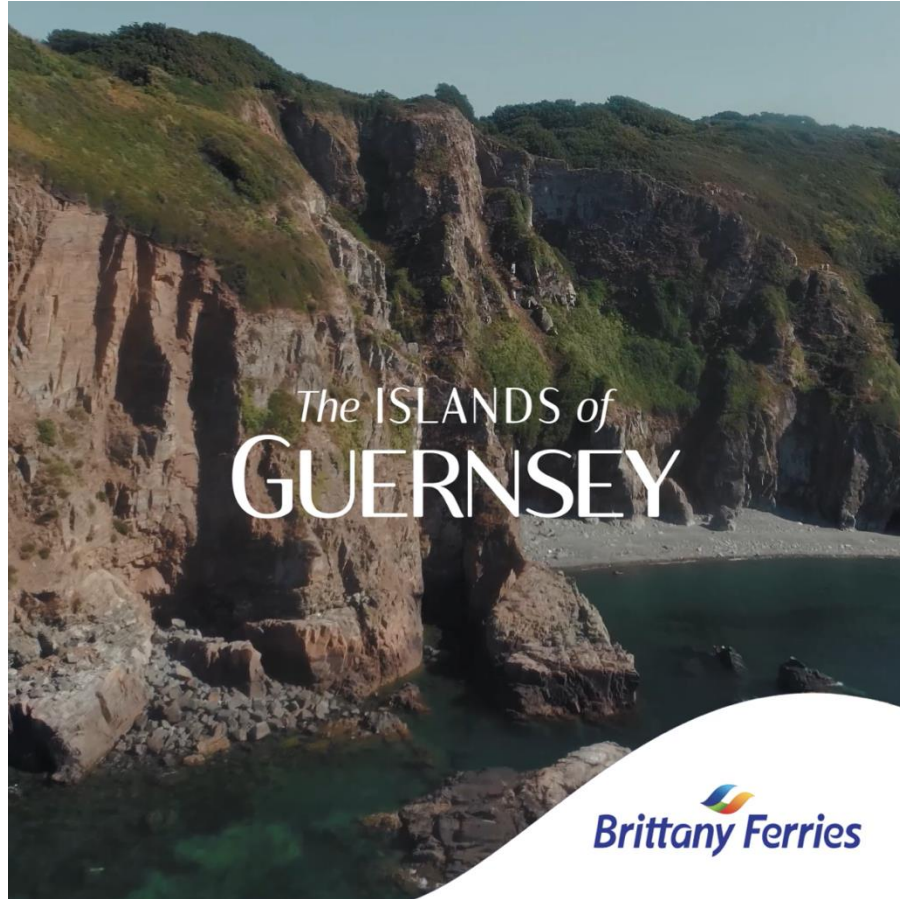
SAINT-MALO > GUERNESEY  
EN 2H SEULEMENT

Aller-Retour journée  
**59€** par adulte

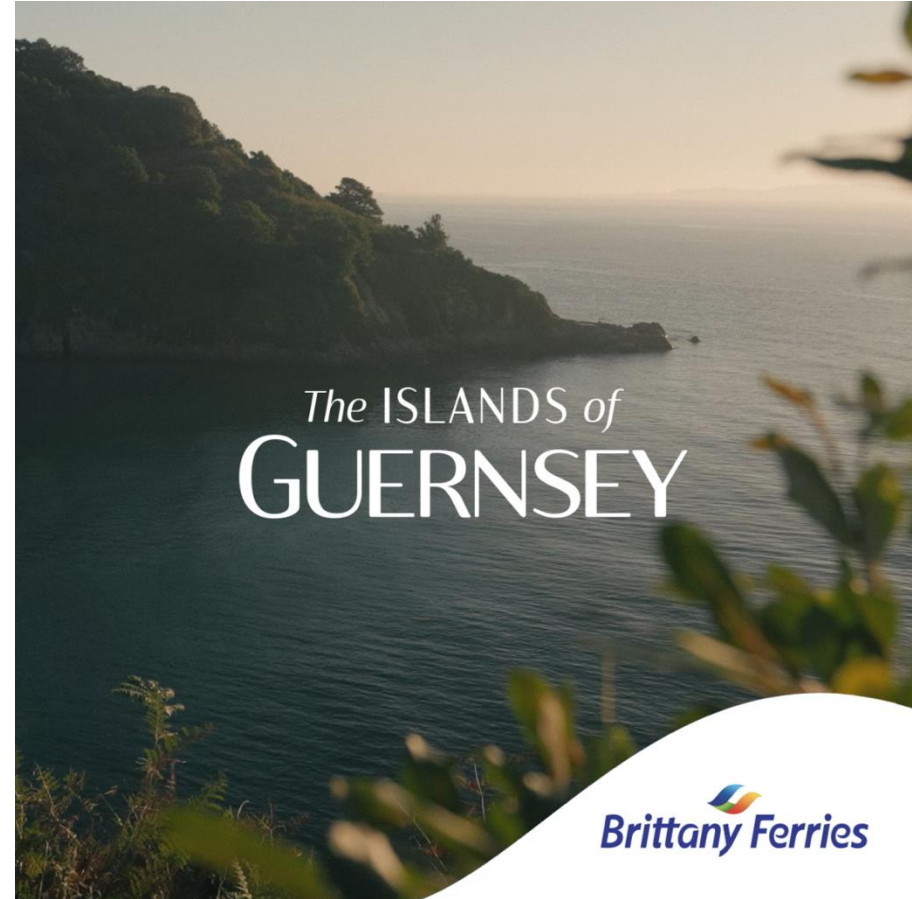


# Posts vidéo

**Vidéo #1**



**Vidéo #2**



# Rappel des supports



# Formats

---

## Formats Fixes

- **Facebook & Instagram**
  - 1080x1080 : 2 créas
  - 1080x1920 : 2 créas
- **Google**
  - 960x1200 : 2 créas
  - 1200x300 : 2 créas
  - 1200x628 : 2 créas

## Formats vidéos META :

- Format 9/16ème : 2 créas
- Format 4/5ème : 2 créas

# Récap média

Campagne Condor Ferries x  
Guernesey

# Budget Split 2025

---

Février	Mars	Avril	Mai
7,5K€	13K€	23,4K€	?

- Démarrage des campagnes ASAP avec une répartition du budget à **60%** pour Google et **40% Méta**.
- L'enveloppe supplémentaire de **10,4K€** a été réparti sur mars et avril avec **+2K€ sur mars** et **+8,4K€ sur avril** qui est un mois historiquement plus performant.

# Dispositif Google Ads

De Février  
à Avril

---



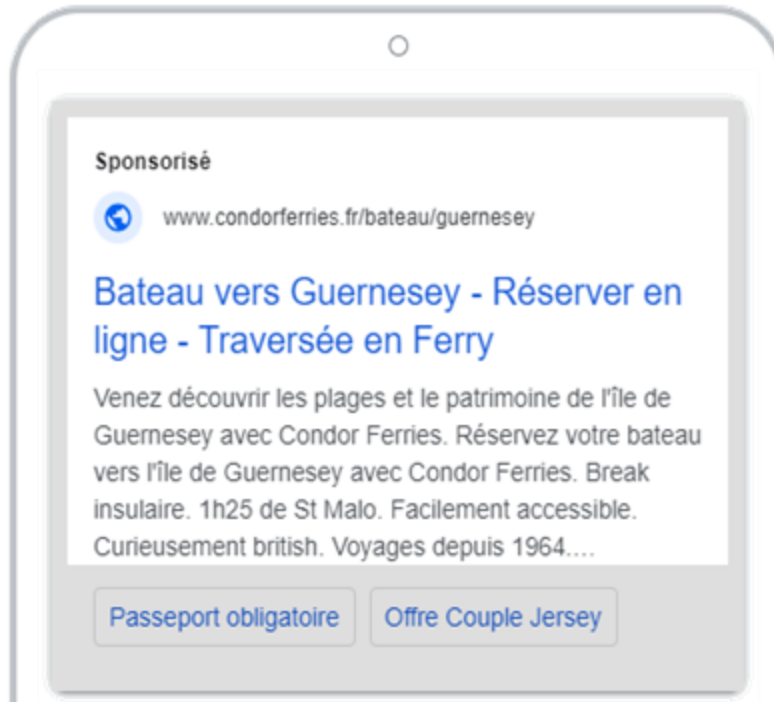
Google Ads

# Dispositif Google Ads

(de Février à Avril 2024)



## Campagne Brand Search



Nous allons mettre en place une campagne Search Brand afin de protéger les mots-clés **“condor ferries”** et **“Guernesey”**

“Rester à Guernesey”

“Traversée Guernesey”

“Aller à Guernesey “

Zone géographique : France entière.

Pour de l'intention d'achat, il est important de diffuser au niveau national.

# Dispositif Google Ads

(de Février à Avril 2024)



## Campagne Search générique



Une annonce similaire à la campagne Search Marque, mais avec des mots-clés différents et plus larges.

Mots-clés plus génériques qui ne comprennent pas les mots-clés relatifs à Guernesey :

« Virée en mer »

« que faire ce weekend près de... »

« virée en couple »

Zones géographiques : ¼ Nord-Ouest + IDF


# Dispositif Google Ads

(de Février à Avril 2024)



## Campagne Performance MAX

Chiffres PMAX 2024

Campaign	↓ Impr.	Clicks	CTR	Avg. CPC	Cost	Conversions	Cost / conv.	Conv. value / cost
 PMAX - Condor - Achat Traversée	578,058	62,156	10.75%	€0.64	€39,877.75	1,209.41	€32.97	5.61

La campagne Performance Max (marque exclue) ayant bien performé dans les campagnes Condor à la conversion, nous allons mettre en place un PMAX pour générer des achats vers Guernesey.

Cette campagne nous a permis a la fois de générer beaucoup de conversions (**1200**) et de générer un ROI très intéressant (**5,6**) tout en étant en grande partie sur du « push » donc en ne captant que très peu d'intentionnistes.

# Dispositif Google Ads

(de Février à Avril 2024)



## Campagne Microsoft ads (Bing ads)



La mise en place d'une campagne Bing avec budget réduit pour capter les intentionnistes.

**Les moteurs de recherches ciblés par ces campagnes représentent 10% des recherches globales**

Le budget étant plus élevé à partir d'avril, nous lancerons cette campagne à ce moment là.



# Vidéo « cinéma » pour Youtube

## (de Février à Avril 2024)

---



*60 % des utilisateurs déclarent avoir acheté un produit après s'être renseignés sur YouTube.*

- L'enveloppe supplémentaire de **10,4K€** va nous permettre de mettre en place une campagne **vidéo Youtube** axée plus notoriété, afin de stimuler le haut de funnel.
- Nous utiliserons la vidéo format cinéma.

**Ciblage** : +25 ans, lookalike des visiteurs du site, intérêt vacances, voyage, courts- séjours, famille, couple avant enfants...

# Dispositif Meta Ads

De Février  
à Avril

---



# Dispositif Meta Ads

(de Février à Avril 2024)



## Dispositif Meta Ads



### Campagne d'achat (avantage+)

KPI à suivre :

- Conversions
- CPA
- ROAS



### Campagne Retargeting (Achat)

KPI's to follow :

- Conversions
- CPA
- ROAS

Le but de ce dispositif est de générer le plus de conversions possible en complétant notre campagne d'achat avec une campagne retargeting.

# Dispositif Meta Ads

(de Février à Avril 2024)



## Dispositif Meta Ads



### ✔ Audience Advantage+ †

Notre technologie publicitaire trouve automatiquement votre audience. Si vous partagez une suggestion d'audience, nous donnerons la priorité aux audiences qui correspondent à ce profil avant de lancer une recherche plus large. [En savoir plus](#)

**Age** : 28 – 65+

**Genre** : Tous

**Signaux d'audience** : Vacances, hotels, ferry, traversée, aventure

**Localisation** : France

### **Localisations exclues :**

Aquitaine; Auvergne; Bourgogne; Centre; Champagne-Ardenne; Corse; Franche-Comté; Languedoc-Roussillon; Limousin; Lorraine; Midi-Pyrénées; Pays de la Loire; Picardie; Poitou-Charentes; Provence-Alpes-Côte d'Azur; Rhône-Alpes.

**Merci !**

**CHALLENGERS  
FIRST**