

PC CITY sur ciao.es

PC CITY est le numéro un espagnol de la vente au détail dans le secteur de l'informatique et gère actuellement près de 40 filiales. L'entreprise propose à ses clients un vaste éventail de produits dont des écrans, des ordinateurs portables, des imprimantes, des logiciels, des moniteurs TFT et des composants informatiques. En outre, le client dispose d'un service d'assistance technique, qui répond à toutes les questions relatives aux réparations de matériel et au transfert de données. Dans le domaine du divertissement, PC City propose de tout nouveaux téléviseurs LCD et plasma HD, des tuners DAB, des lecteurs MP3, des iPods Apple, des consoles de jeu, les systèmes de navigation les plus récents et des appareils photos numériques. Créé en 2004, le site Web pccity.es a été à l'origine une simple plateforme d'informations, devenue depuis une boutique en ligne prospère avec plus de 5.000 produits.



The screenshot shows the Ciao! Shopping Intelligence interface for the Apple MacBook Pro MB133. It features a navigation bar with categories like 'Cines', 'Electrodomesticos', and 'Móviles'. The main content area displays a list of offers from various retailers, including PC CITY, PCCITY, and others. Each offer includes the retailer's name, the product name, the price, and a 'Ver en tienda' button. The page also includes a search bar and a 'Comparación de precios' section at the bottom.

Objectifs de la campagne

La coopération avec ciao.es avait avant tout pour but de consolider la marque PC CITY par une campagne de bannières ciblées d'une part, et de faire connaître la boutique en ligne à un vaste public d'autre part. Après le succès de la mise en œuvre, l'accent a été mis de façon très nette sur l'optimisation des bénéfices, ciao.es remplissant pleinement toutes les exigences.

En choisissant ciao.es, PC CITY a délibérément opté pour le portail de shopping et de consommation numéro un en Espagne. Un nombre croissant de clients potentiels font confiance aux conseils de shopping indépendants de ciao.es, confortés dans leur décision par la richesse et la grande qualité des informations détaillées sur les produits.

Description de la campagne

La campagne publicitaire en ligne était consacrée au catalogue actuel en mettant l'accent sur les ordinateurs portables, les téléviseurs, les appareils photo, les lecteurs MP3 et les systèmes de navigation. Pour la mise en œuvre, le choix s'est porté sur une super-bannière (728x90 pixels) et un content ad (300x250 pixels). La campagne s'étalait sur quatre semaines en juin 2007, puis quatre semaines supplémentaires au cours de la période de Noël 2007/2008.

En résumé

! Avec cette campagne de bannières de Noël, PC CITY a vu ses ventes multipliées par trois par rapport à sa simple intégration comme fournisseur dans la comparaison de prix Ciao. L'efficacité de cette campagne de sensibilisation à la marque s'est inscrite dans la durée, car le trafic accru généré lors de la période de la campagne s'est maintenu grâce aux produits intégrés sur le comparateur de prix Ciao.