

Étude de cas

Mère et Monde augmente de 77% ses « leads » grâce au marketing Internet

Mère et Monde, dirigé par Sylvie Thibault, est un centre de maternité proposant des services d'accompagnement à la naissance (doula) et des cours prénatals. En parallèle, Mère et Monde forme des mères, des infirmières ou des spécialistes en santé au métier d'accompagnante à la naissance.

Enjeux pour Mère et Monde

- Se démarquer des autres accompagnantes à la naissance et de leur image « granola » pour mettre l'accent sur son professionnalisme, la personnalisation du service offert.
- Améliorer le nombre de prospects venant du Web
- Augmenter ses ventes

Le Diagnostic

L'ancien site de Mère et Monde posait plusieurs problèmes

- Image d'amateurisme
- Difficulté de navigation
- Confusion entre les services du centre de maternité et l'école
- Difficulté à trouver comment contacter Mère et Monde
- Campagnes de publicité sur internet peu efficaces



Ancien site de Mère et Monde page d'accueil



Nouveau site de Mère et Monde page d'accueil

Actions mises en place

Pour le site Web

- Décision de séparer les services du centre de maternité de ceux de l'école de Mère et Monde
- Création de deux sites distincts pour organiser un marketing Web propre à chacun
- Amélioration de la navigabilité des sites
- Mise en place de témoignages video

Pour l' acquisition de prospects

- Démarrage d'une stratégie de référencement dans les moteurs de recherche pour les deux sites
- Révision et refonte des campagnes de publicité en ligne
- Élimination des campagnes improductives
- Démarrage de campagnes Adwords pour chaque marché (région montréalaise pour le centre de maternité, province de Québec et Europe pour l'école)
- Utilisation des outils du Web 2.0
 - ◇ Vidéo sur YouTube
 - ◇ Profil corporatif sur Facebook

Mesure de la performance

- Mise en place de Google Analytics, pour suivre la performance des actions marketing et évaluer le comportement des visiteurs sur le site Web

Résultats

- Augmentation de 79.58 % du nombre de visiteurs, passage d'une moyenne mensuelle de 3026 visiteurs/mois à 4945 visiteurs/mois
- Augmentation du nombre de prospects qualifiés de 77%
- Le taux de conversion d'un visiteur en prospect est passé de 3.56% à 6.47%
- Retour sur investissement de 10 pour 1 (1 \$ investi a généré 10 \$ de ventes)
- 61 % des visiteurs viennent des moteurs de recherche contre 42 % avant intervention
- Google amène 318 % de plus de visiteurs qu'avant
- Mère et Monde est dans le Top 5 de Google sur une trentaine de mots clés
- Les campagnes Adwords (PPC) ont généré 3608 prospects depuis juin 2007

Mère et Monde

Centre de maternité

info@mereetmonde.com

Tel. 514.362.0177 ou 1.866.Grossesse

Site de Mère et Monde : www.mereetmonde.com

Site de l'École : www.formationdoula.com

Conception de la stratégie de marketing Internet

Alengry Concept

Philippe Alengry

Tel. 514.389-3762

www.alengryconcept.com

contact@alengryconcept.com