

Communiqué de Presse

Paris, le 22 novembre 2019

Grand Prix du Search 2019 Artefact et SEB doublement récompensés !

La stratégie « Full Search » d'**Artefact** a permis de garantir un positionnement optimal des produits du **Groupe SEB** sur **Amazon** grâce à la Data

À l'occasion du Grand Prix du Search 2019, le Groupe SEB et Artefact remportent une médaille d'or dans la catégorie *Retail Search* et une médaille d'argent dans la catégorie *Search & Data* pour l'efficacité de leur stratégie eRetail sur Amazon.

Ces médailles viennent récompenser l'alliance de la Data avec les solutions advertising search d'Amazon qui permettent de garantir le positionnement optimal des produits Tefal sur les pages de résultats du géant de l'e-commerce.

Le Groupe SEB, référence mondiale du petit électroménager, est, avec sa marque TEFAL, un leader historique de plus en plus concurrencé sur Amazon : +30% de nouveaux acteurs (vs 2018) au sein de cette catégorie. La plateforme de vente en ligne Amazon est devenue incontournable pour les retailers, c'est même un nouveau média : 50% des consommateurs en ligne commencent leur achat sur Amazon¹. Le référencement produit est donc devenu un élément clé de succès pour les marques : 70% des utilisateurs de la plateforme ne consultent que les résultats de la première page².

LA SOLUTION

Pour garantir au Groupe SEB la meilleure visibilité de ses produits sur Amazon, Artefact a mis en place une stratégie "Full Search" en 3 étapes, qui tient compte du positionnement organique de Tefal pour adapter les mots clés proposés par le paid search d'Amazon.

Étape #1 – Analyse de la part linéaire organique de Tefal grâce à l'Artefact Retail Suite et identification des mots clés les plus importants sur lesquels investir.

Étape #2 – Construction d'annonces pertinentes redirigeant vers le store Tefal ou des pages produits optimisées.

Étape #3 – Analyse des performances sur plus de 100 mots clés et ajustement des enchères grâce à l'utilisation de l'Artefact Retail Suite.

¹ (eMarketer – More Product Searches Start on Amazon)

² CPC Strategy – The 2018 Amazon shopper behavior study

LES RÉSULTATS

=> **Une part de linéaire sur la première page en hausse** : +5 points sur les requêtes marques, +3 points sur les requêtes catégorielles (Q2 2019 VS Q2 2018)

=> **Un retour sur investissement qui progresse** : +20% sur le ROAS global de la catégorie

=> **Un coût par clic optimisé** : une baisse de 9 % du prix du CPC vs Q2 2018

Le Grand Prix du Search

Depuis plus de 20 ans le Search est le mode de navigation préféré des internautes, c'est la raison pour laquelle les modèles économiques et publicitaires les plus efficaces y sont attachés.

Le Grand Prix du Search s'attache à célébrer les entreprises, annonceurs, agences, éditeurs, outils de recherche, fournisseurs de solutions techniques et d'expertises, qui ont accompagné cette évolution et qui développent aujourd'hui les meilleures pratiques. Lors de l'édition 2019, 30 dispositifs et solutions ont été célébrés hier soir.

A propos d'Artefact | artefact.com

Née à Paris en 2015, Artefact s'est imposée en 4 ans comme un des leaders européens de la data et de l'intelligence artificielle. Cotée sur le marché Euronext Growth Paris Stock Exchange, comptant plus de 900 collaborateurs dans 13 pays et sur 4 continents, Artefact est une société « data-native » qui propose 4 offres complémentaires - Conseil data, Marketing digital, Déploiement de technologies (IA et big data) et studio de Création – au service de plus de 600 clients dont de nombreux leaders mondiaux. Artefact a créé en janvier 2019 son propre centre de R&D en IA et accompagne des groupes internationaux dans la création de leur AI Factory.

A propos du Groupe SEB | groupeseb.com

Référence mondiale du Petit Equipement Domestique, le Groupe SEB déploie son activité en s'appuyant sur un portefeuille de 30 marques emblématiques (Tefal, Seb, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad, WMF, Emsa, Supor...), commercialisées à travers une distribution multi format. Vendant plus de 350 millions de produits par an, il met en œuvre une stratégie de long terme fondée sur l'innovation, le développement international, la compétitivité et le service au client. Présent dans 150 pays, le Groupe SEB a réalisé un chiffre d'affaires de 6,8 milliards d'euros en 2018 et emploie plus de 34 000 collaborateurs.