

# **BOOSTER SES PERFORMANCES SUR GOOGLE SHOPPING POUR LA FIN D'ANNÉE**

# POUR VOUS EN PARLER



**Maxime Doreau**  
CEO, SnapFeat



**Pierre-Yves Aufèvre**  
CEO, Ikom



**Johann Lucas**  
Responsable de l'offre  
Feed Manager



**Emmanuel Marot**  
Directeur E-commerce,  
VetSécurité

## AGENDA

1. L'OPTIMISATION DE VOS DONNÉES PRODUITS
2. L'OPTIMISATION DE VOS CAMPAGNES
3. L'UTILISATION D'UN CSS
4. COMMENT BIEN CHOISIR LES PRODUITS À METTRE EN AVANT ?
5. QUESTIONS / RÉPONSES



## VET SECURITE

Le meilleur de l'équipement pour les pros et passionnés

- 2009 lancement officiel de vetsecurite.com
- 10 ans sous PrestaShop
- 2015 début de la collaboration avec iKom

### Aujourd'hui

- 35 collaborateurs
- +20M€ de CA
- 2500 m<sup>2</sup> d'entrepôt
- +30 000 références uniques

The screenshot shows the Vet Sécurité website interface. At the top, there is a navigation bar with a rating of 4.67/5, 6943 verified reviews, and a search bar. The main banner features a promotional message for 'RENTREE SPORTIVE' with a 15% discount code 'SPORT'. Below the banner, there are three service highlights: free delivery, 30-day returns, and quality pricing.

4.67/5 6943 avis clients *Avis Vérifiés* + de 63 000 avis / Excellent 4,7/5 Nos mar

**VET SÉCURITÉ**  
Le meilleur de l'équipement pour les pros et les passionnés

Rechercher

☰ NOS MÉTIERS | Sécurité / Incendie | Militaire / FDO | Workwear / EPI | Médical / Bien-être

RENTREE SPORTIVE  
**15% DE REMISE**  
**CODE : SPORT**

JE FONCE

◀ ▶

**Livraison GRATUITE**  
La livraison est offerte dès 69€ en relais ou à domicile

**Retours gratuits**  
Vous disposez de 30 jours pour changer d'avis

**La qualité au meilleur prix**  
Nos prix défient concurrence

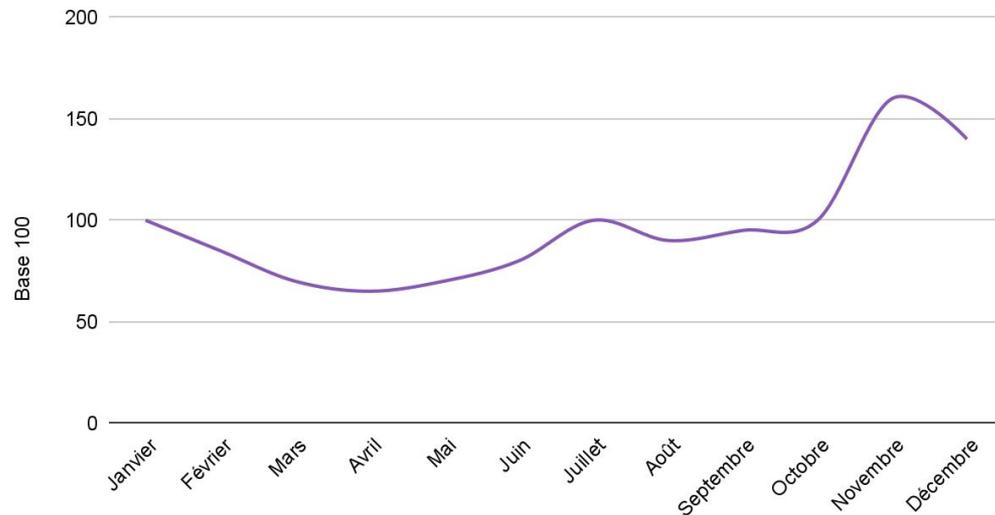
## Q4 2023

Période stratégique

**La période Octobre - Décembre représente 35% du trafic e-commerce annuel**

- La pression budgétaire devient très importante
- La pression sur les prix est très forte
- Les emplacements produits deviennent stratégiques
- La période de Noël se prépare dès octobre

## SESSION E-COMMERCE ANNÉE STANDARD



# SONDAGE

Utilisez-vous un CSS ?



# **2.** **L'OPTIMISATION DES DONNÉES PRODUITS**

# LE FEED MANAGEMENT EST DEVENU INCONTOURNABLE

Dans un monde où l'algorithme règne  
sur vos campagnes Performance Max



# COMMENT SORTIR DU LOT SUR GOOGLE SHOPPING ?

## Les éléments visibles : favoriser l'impression et le clic

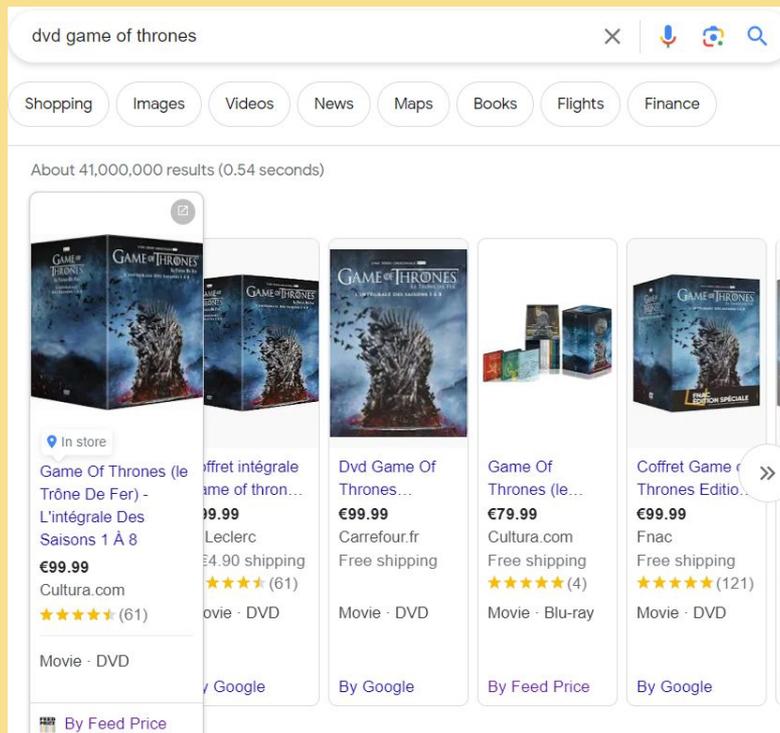
- Titre : mots clés, longueur, structure.
- Photos : qualité, taille, nombre, fond.
- Product highlights

## Les éléments invisibles : favoriser l'impression

- Attributs de conformité : catégorisation, état du produit, EAN...
- Attributs optionnels : couleur, taille, genre, catégorie d'âge, matière...

## Les features additionnelles : favoriser l'impression et le clic

- Local Inventory Ads
- Affichage des avis
- Affichage promotion / prix barrés



# COMMENT OPTIMISER VOTRE FLUX PRODUITS ?

Les étapes clés pour bien démarrer

## 1. FLUX SOURCE

### Le point de départ

Extract de votre catalogue produit et base de travail pour le feed management.

Audit du flux source : quelles data manquent ? La structuration est-elle bonne ?

## 2. AGRÉGATEUR DE FLUX

### L'outil central

Lengow, Shopping Feed, SmartFeeds, Channable...

Votre flux source est branché dans l'agrégateur. Chaque canal marketing est templatisé, permettant de mapper vos attributs et de créer des flux optimisés par canal.

## 3. RÈGLES AUTOMATIQUE

### Mise en conformité et optimisation

Les règles sont la valeur ajoutée de l'outil. Elles permettent de transformer votre donnée brute en donnée conforme et optimisée.

## 4. SEGMENTATION STRATÉGIQUE

### L'identification des produits

Quels produits exclure des campagnes ? Sur quels produits investir davantage ?

Le feed management permet de labelliser les produits suivant des KPI donnés afin de créer des groupes de produits pour les campagnes.

## BUSINESS CASE

Quelques chiffres clés

# +217%

**De produits avec 1 conversion**  
Dans les 30 derniers jours pour  
Zadig et Voltaire après  
optimisation des titres et attributs  
principaux vs N-1.

# +161%

**D'impressions après 3 mois**  
Pour Sephora suite à  
l'optimisation de leur flux Google  
Shopping, avec réduction du CPC  
et augmentation des ventes.

# +29%

**De ROAS sur Perf Max**  
Pour Columbia suite à la  
segmentation stratégique des  
produits : marge, compétitivité prix  
et ROAS.

# **3. L'OPTIMISATION DE VOS CAMPAGNES**

## COMMENT OPTIMISER VOS PERFORMANCES SHOPPING & PMAX POUR LA PEAK SEASON ?

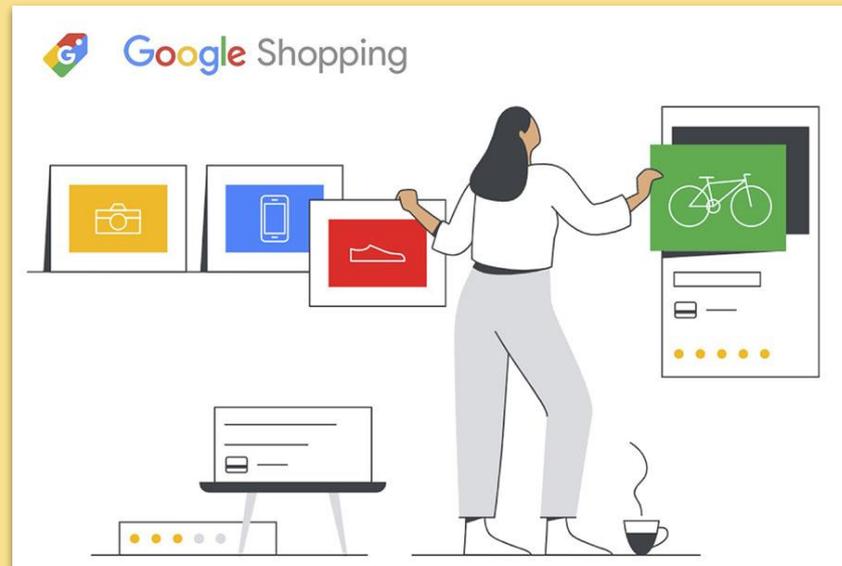
**Laisser la main à Google peut parfois entraîner quelques surprises...**

Les enchères des campagnes SEA étant majoritairement gérées par des algorithmes désormais, il est fréquent de voir que ces derniers vont **concentrer tous leurs efforts sur les quelques produits qui sur-performent dans votre flux, quitte à oublier les autres...**

**Redonnez de la visibilité à votre flux en adoptant le geste juste auprès de chaque produit**

Grâce aux libellés créés précédemment via le **Feed Management**, vous aurez regroupé les produits qui ont des comportements et réalités similaires dans des groupes distincts.

Ainsi, vous serez en mesure de **créer des campagnes distinctes** autour de chacun de ces groupes de produits !



## COMMENT OPTIMISER VOS PERFORMANCES SHOPPING & PMAX POUR LA PEAK SEASON ?

Un exemple de structure de campagnes Shopping ou PMAX

### PRODUITS ZOMBIES

**Redonner une chance**

**Qui ?**

Produits oubliés par les algorithmes, qui n'ont pas fait 1 seul clic sur une période dédiée.

En créant une campagne spécifique pour eux, vous leur redonnez une chance de vous surprendre !

### LOW PERFORMERS

**Mettre de côté**

**Qui ?**

Produits dont les performances ne justifient pas un investissement plus important.

L'idée ici va être de mettre ces produits de côté avec une position défensive.

### TOP PERFORMERS

**Maximiser l'impact**

**Qui ?**

Produits les plus performants sur lesquels vous voulez maximiser votre impact.

L'idée ici va être de maximiser les efforts sur ces produits avec une stratégie agressive.

### PRODUITS DE SAISON OU STOCK FAIBLE

**Saisir le bon moment**

**Qui ?**

Produits de saison à pousser ou produits hors-stock à dé-prioriser.

L'idée va être d'adopter le geste juste au bon moment pour des produits ayant une réalité éphémère.

# 4. L'UTILISATION D'UN CSS SHOPPING

## QU'EST-CE QU'UN CSS ?

En 2018, le nombre de CSS autorisés a été réduit par Google après de nombreuses créations dans la foulée de l'annonce de la commission.

**Emplacement publicitaire Google Shopping,** utilisé uniquement par Google jusqu'en 2017. La Commission européenne déclare un abus de position dominante par rapport aux comparateurs de prix : obligation d'ouverture.

**CSS :** des diffuseurs sont alors autorisés à publier des offres sur l'emplacement Shopping, en parallèle de Google. Chaque diffuseur est libre d'appliquer sa politique tarifaire.

table à manger bois

Tous Shopping Images Actualités Vidéos Plus Paramètres Outils

Environ 57 500 000 résultats (0,58 secondes)

Afficher les produits correspondants à table à mange... Annonce sponsorisée

Produits Sites Comparatifs

 <p>Table à manger BROCELIANDE II - 6 couverts - chêne huilé</p> <p>279,99 €</p> <p>Vente-unique.c.</p> <p>★★★★★ (19)</p> <p>Par Product...</p>	 <p>Table à manger en sheesham massif 6/8 personnes...</p> <p>429,00 €</p> <p>Maisons du Mo.</p> <p>★★★★★ (19)</p> <p>Par Feed Price</p>	 <p>Table de Salle à Manger Rectangulaire en Bois Kerh...</p> <p>143,19 €</p> <p>SKLUM</p> <p>★★★★★ (19)</p> <p>Par Google</p>	 <p>MADE Table Rectangulaire 6 Personnes, Laiton Et Ver...</p> <p>329,00 €</p> <p>MADE.com</p> <p>Livraison gratuite</p> <p>★★★★★ (6)</p> <p>Par Buy Bye</p>	 <p>Alinea Table Repas Rectangulaire Effet Chêne - ...</p> <p>229,00 €</p> <p>Alinea</p> <p>★★★★★ (6)</p> <p>Par Feed Price</p>	 <p>Table de salle à manger Bois de récupération...</p> <p>183,99 €</p> <p>ManoMano.fr</p> <p>★★★★★ (85)</p> <p>Par Google</p>
---	---	---	---	--	---

# METTRE EN PLACE UN PROGRAMME CSS

## Les grandes étapes

**PHASE 1** Téléchargement et installation du module

**PHASE 2** Connexion avec votre compte Google de votre Merchant Center avec notre CSS Center

**PHASE 3** Validation de la connexion par mail

**PHASE 4** Diffusez vos offres via Feed Price sur Google Shopping et payez

Pour en savoir plus : <http://bit.ly/feedprice>

Accueil > Modules PrestaShop > Trafic & Marketplaces > Référencement payant (SEA SEM) & Affiliation > CSS Feed Price

## CSS Feed Price

Développé par [PrestaShop Partners](#) - Certified

**Module** Partenaire officiel v8 compatible

	téléchargements	module version	Dernière mise à jour	Version PrestaShop
	0 - 100	1.0.0	08/2023	1.7.8 - 8.1

[Référencement payant \(SEA SEM\) & Affiliation](#)

Economisez 20% de vos dépenses sur Google Shopping grâce à Feed Price. Notre comparateur est le premier partenaire de Google en Europe et les plus grands acteurs du marché comme Mano Mano, Sarenza ou encore Cultura nous utilise au quotidien.

Démonstration module PrestaShop

Want to save up to 20% on your Shopping budget ?

Download the Feed Price CSS plu for Prestashop for just €59 a month !

Regarder sur YouTube

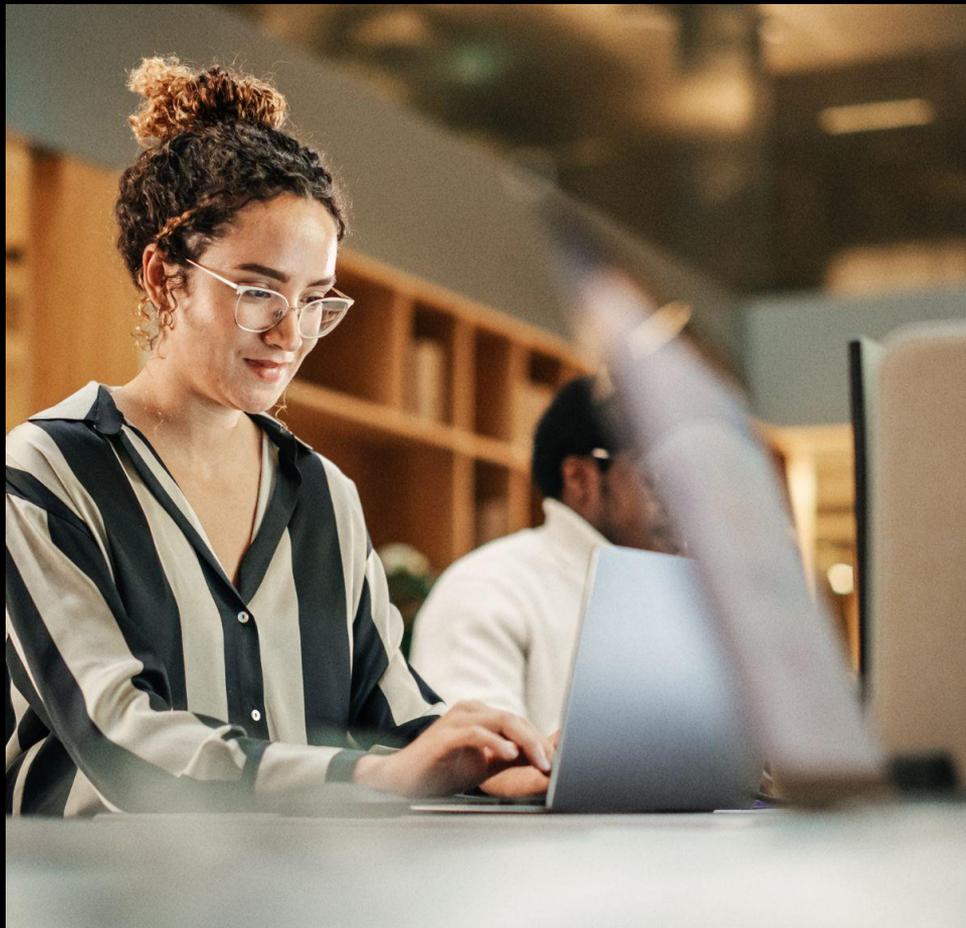
**Economisez jusqu'à 20% sur votre budget Google Shopping !**

- Google CSS Partner Premium :**  
Le CSS leader en Europe.
- Set-up rapide :**  
5 minutes si vous utilisez Google Shopping directement, ou 6 jours si vous utilisez un autre CSS.
- Économie de budget :**  
-20 % de réduction sur vos coûts Google Shopping pour seulement 59 € par mois !

# **5. CHOISIR SON ASSORTIMENT PRODUITS**

# SONDAGE

Monitoriez-vous les prix  
de vos concurrents ?



# COMMENT OPTIMISER VOTRE FLUX PRODUITS ?

Les étapes clés pour bien démarrer

## 1. FLUX SOURCE

### Le point de départ

Extract de votre catalogue produit et base de travail pour le feed management.

Audit du flux source : quelles data manquent ? La structuration est-elle bonne ?

## 2. AGRÉGATEUR DE FLUX

### L'outil central

Lengow, Shopping Feed, SmartFeeds, Channable...

Votre flux source est branché dans l'agrégateur. Chaque canal marketing est templatisé, permettant de mapper vos attributs et de créer des flux optimisés par canal.

## 3. RÈGLES AUTOMATIQUE

### Mise en conformité et optimisation

Les règles sont la valeur ajoutée de l'outil. Elles permettent de transformer votre donnée brute en donnée conforme et optimisée.

## 4. SEGMENTATION STRATÉGIQUE

### L'identification des produits

Quels produits exclure des campagnes ? Sur quels produits investir davantage ?

Le feed management permet de labelliser les produits suivant des KPI donnés afin de créer des groupes de produits pour les campagnes.

# CAPITALISEZ SUR VOS TOPS PRODUITS ET VOS TOPS PRIX

En utilisant un crawler de prix, vous allez pouvoir segmenter votre catalogue en fonction de votre positionnement vs vos concurrents :

- Je suis tout seul
- Je suis le moins cher
- Entre le moins cher et le prix médian
- Au prix médian
- Entre le prix médian et le prix le plus cher
- Je suis le plus cher

A mettre en corrélation avec le nombre de compétiteurs

Shopping view

Found with Dior

Position range

Seller range

Categories

Custom label

Brand

Competitor

865 Products

Picture	name/id	Position / Competitors	Cheapest Median Most expensive	Price	State
	Miss Dior - Lait Fondant Pour Le Corps - 200 ml - Femme - Dior 3348901368230	15/28	43,50 EUR 62,67 EUR 80,90 EUR	63,00 EUR	Found
	Dior Forever Undercover - Fond De Teint Fluide - 020 Beige Clair 3348901383516	15/22	35,37 EUR 43,61 EUR 62,50 EUR	52,00 EUR	Found
	Dior Forever Undercover - Fond De Teint Fluide - 022 Camée 3348901383530	15/20	35,37 EUR 43,41 EUR 62,50 EUR	52,00 EUR	Found
	Dior Forever Undercover - Fond De Teint Fluide - 023 Pêche 3348901383547	11/16	35,37 EUR 43,86 EUR 62,50 EUR	52,00 EUR	Found
	Dior Forever Undercover - Fond De Teint Fluide - 030 Beige Moyen	15/20	36,00 EUR 46,25 EUR		Found

# CRAWL PRICE

## Outil de veille de prix sur Google Shopping

Tous les jours nous récupérons pour chaque EAN/GTIN :

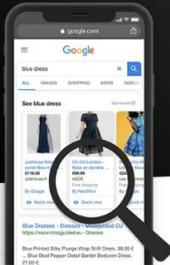
- Nom du marchand
- Prix de l'article
- Frais de port
- Prix total
- Ranking de l'offre

Nous générons des tables de calcul nous permettant d'avoir :

- Une vue générale du positionnement de la marque ou du retailer
- Une vue du positionnement de chaque produit avec la liste des concurrents
- Une vue de la liste des concurrents
- Une vue du positionnement par catégorie
- Une vue du positionnement par marque



**Suivez les prix de vos concurrents quotidiennement !**



**TESTEZ GRATUITEMENT**

Indiquez l'**EAN (code-barre)** du produit dont vous souhaitez comparer le prix dès maintenant :

**Suivant >**

Pour connaître et exercer vos droits, notamment de retrait de votre consentement à l'utilisation des données collectées par ce formulaire, veuillez consulter notre politique de confidentialité.

1. Fournissez **vos** catalogue produits
2. Retrouvez les **prix de vos concurrents tous les jours**

Pour en savoir plus : <https://www.crawlprice.com>

**VOS QUESTIONS,  
NOS RÉPONSES**

**MERCI !**

**PRESTASHOP**

# MERCI À NOS PARTENAIRES

**Global**e  
Smart Cross-Border™

klaviyo™

 mastercard.

 **payplug**

**SnapFeat.**

  
YATEO  
Agence Interactive