

Volvo Cars mène une stratégie de noms de domaines efficace

Reconnue partout dans le monde pour la qualité et la sécurité de ses véhicules, Volvo Car Corporation est l'une des toutes premières marques automobiles. Sa présence sur Internet est très développée et fait désormais partie intégrante des opérations mondiales de l'entreprise. La plateforme du site Internet de Volvo Cars comprend 90 sites différents en 36 langues, déployés sur 70 marchés géographiques. Tous ces sites Web sont gérés de manière centralisée par le département du marketing interactif, qui est également en charge de l'important portefeuille de noms de domaines de l'entreprise.

Cette plateforme est gérée par Sofia Heddson Fransén, Responsable Développement du marketing interactif, qui encadre une petite équipe et s'appuie sur un réseau de prestataires expérimentés lui fournissant une expertise spécialisée, et, dans le cas des noms de domaines, un service de gestion externalisé.

Volvo Cars collabore étroitement avec Melbourne IT DBS depuis 2001. Au début, Melbourne IT lui fournissait des services de gestion de noms de domaines et de protection de marque en ligne. Les besoins de ses sites Web devenant de plus en plus complexes, Volvo Cars a également fait appel à l'expertise de l'équipe Services de trafic Web de Melbourne IT, ce qui a créé entre eux une solide relation de travail. Cette collaboration a récemment porté sur un projet clé consistant à aider Volvo Cars à déterminer une politique de gestion et d'optimisation de son portefeuille de noms de domaines. **Ce projet a eu pour résultat une réduction de 50 % de la taille du portefeuille et ce, sans risque supplémentaire.**

Un portefeuille très dispersé

Au fil du temps, Volvo Cars avait acquis plus de 1 500 noms de domaines. « Lorsque l'équipe actuelle a commencé à prendre en charge les domaines publics de l'entreprise, il y en avait dans tous les sens, » se souvient Sofia Heddson Fransén. « De plus, la compréhension des noms de domaines et leur mise en application pouvaient considérablement varier d'un marché à l'autre. » Comme aucune stratégie claire (exigeant des enregistrements centrés sur des noms de produits et des noms de campagnes, ainsi que sur la marque mère) n'était en place, le portefeuille ne cessait de s'agrandir.

L'un des principaux défis que l'équipe devait relever était de savoir comment utiliser de manière efficace les domaines de manière à promouvoir et à protéger ses marques en ligne, et ce sur les différents marchés et zones géographiques où l'entreprise était présente, ainsi que dans les langues correspondantes. « Parmi les questions-clés auxquelles nous devons trouver une réponse, nous nous demandions s'il fallait un domaine pour chaque campagne, un domaine pour chaque modèle de véhicule, etc... », précise Sofia. Volvo Cars a donc demandé à Melbourne IT de l'aider à créer une stratégie et une politique de noms de domaines qui l'aiderait à satisfaire ses besoins promotionnels et à préserver sa tolérance au risque.

Création de la bonne politique de noms de domaines

L'équipe de Melbourne IT a travaillé avec Volvo Cars pour comprendre ses besoins opérationnels et les traduire en une politique appropriée de noms de domaines. Suite à une analyse détaillée des besoins et à un audit complet du portefeuille, l'équipe dédiée à ce projet a pu identifier les critères les plus pertinents sur lesquels fonder cette nouvelle politique. Il a été décidé que le portefeuille se concentrerait sur la marque mère (et sur les enregistrements



Le client : Volvo Car Corporation

Chiffres-clés :

- Présent sur plus de 70 marchés
- Plateforme web déployée sur 90 sites Web en 36 langues

Portefeuille de domaines :

- 1500 noms de domaines (avant optimisation)

“ Grâce à son expertise et à ses outils d'aide à la décision, Melbourne IT nous a fourni une série de recommandations claires, nous permettant de mettre en œuvre de manière efficace la nouvelle politique de Volvo Cars sur l'ensemble de nos noms de domaines ; nous avons réalisé des économies considérables. ”

Sofia Heddson Fransén,
Digital Excellence Manager
Volvo Cars Corporation

défensifs relatifs à cette marque) et que les autres mots et campagnes deviendraient des sous-domaines.

« La politique de noms de domaines créée avec l'aide Melbourne IT a largement contribué à donner l'orientation de la nouvelle gestion des domaines, » déclare Sofia. « Grâce à ces indications, nous pouvons désormais prendre des décisions éclairées sur ce que nous devons faire ou ne pas faire. »

Cette nouvelle politique a aussi présenté des avantages en matière de collaboration avec le vaste réseau de concessionnaires Volvo Cars. L'équipe de Sofia recevait régulièrement de la part des concessionnaires des questions ou des demandes spécifiques concernant les noms de domaines, ce qui était l'une des causes de la croissance désordonnée du portefeuille. « Maintenant, dans ce genre de situations, la politique de noms de domaines nous donne une orientation claire sur les décisions à prendre, ce qui permet de gagner du temps et contribue à développer une compréhension mutuelle, » ajoute Sofia.

Création d'un portefeuille plus intelligent grâce à l'optimisation

Une fois la politique établie, les noms de domaines existants ont été passés en revue pour voir dans quelle mesure ils étaient adéquats. L'analyse a montré que sur 1 500 noms de domaines, environ 40 % étaient conformes aux critères de la politique ; il y avait donc un potentiel important en matière d'optimisation et d'économies. Ensuite, Melbourne IT a entrepris un travail d'optimisation détaillée du portefeuille, reposant sur le modèle analytique développé à partir de cette politique.

L'équilibre des risques était l'un des éléments cruciaux de l'analyse. Le potentiel de trafic des domaines, élément moteur pour le titulaire de la marque comme pour les cybersquatteurs potentiels, était également un critère-clé lors de la décision concernant les domaines à garder ou non. Les noms de domaines au potentiel de trafic peu élevé représentent un risque faible en matière de contrefaçons ou de violations ; les conserver n'est pas indispensable. Pour classer les noms de domaines en fonction de leur potentiel de trafic, Melbourne IT a développé un outil d'analyse alliant des algorithmes sophistiqués, des indicateurs d'optimisation pour les moteurs de recherche et des données issues de l'analyse du Coût Par Clic (CPC) dans le but de cibler les noms de domaines correspondant aux paramètres spécifiques d'un client. Cette méthodologie et cette analyse ont été appliquées sur l'ensemble du portefeuille de Volvo Cars et ont permis de générer pour l'équipe une série de recommandations à suivre. « Grâce à son expertise et à ses outils d'aide à la décision, Melbourne IT nous a fourni une série de recommandations claires, nous permettant de mettre en œuvre de manière efficace la nouvelle politique de Volvo Cars sur l'ensemble de nos noms de domaines ; nous avons réalisé des économies considérables, » précise Sofia.

“ **L'externalisation de ce service vers Melbourne IT nous apporte un savoir spécialisé dont nous ne pourrions pas disposer en interne. Ils ont acquis une excellente compréhension de notre activité et possèdent une expertise poussée en matière de noms de domaines.** ”

L'analyse a aussi permis d'identifier des lacunes dans le portefeuille de la marque mère, ce qui a entraîné des enregistrements complémentaires. En parallèle, une campagne de communication a été lancée afin de faire connaître la nouvelle politique sur tous les marchés de Volvo Cars, dans le but d'optimiser l'efficacité de l'implémentation et de faire adopter à l'avenir cette approche plus centralisée de la gestion de noms de domaines.

Les résultats

Suite à ce projet d'optimisation et à son application, Volvo Cars a pu réduire d'environ 50 % le nombre de domaines de son portefeuille ; plus de 80 % des domaines restants sont désormais conformes à sa politique. Ce qui a permis de réaliser des économies d'environ 40 K€ par an, sans augmenter les risques. L'équipe de Sofia a pu réallouer ce budget à d'autres problématiques, notamment la protection de marques et l'analytique de trafic Web.

Une gestion des noms de domaines externalisée

En plus d'aider Volvo Cars à optimiser sa stratégie de noms de domaines, Melbourne IT joue un rôle clé dans la gestion quotidienne de son portefeuille de noms de domaines. En externalisant cette tâche, Volvo Cars peut conserver en interne une équipe réduite tout en bénéficiant d'une grande expertise dans ce secteur.

« L'externalisation de ce service vers Melbourne IT nous apporte un savoir spécialisé dont nous ne pourrions pas disposer en interne, » conclut Sofia. « Ils ont acquis une excellente compréhension de notre activité et possèdent une expertise poussée en matière de noms de domaines. Il est rassurant de savoir que nous pouvons déléguer tout problème à notre chargé de domaines et qu'il assure la protection de nos noms de domaines sans que nous ayons à nous en préoccuper. Le fait qu'ils travaillent également avec le Groupe Volvo est un réel avantage, facilitant la compréhension mutuelle et la collaboration. »