Franchise Brand CMO’s CPL Interpretation Checklist

Quand le CPL est AU-DESSUS de l'objectif

- ☐ L’objectif de CPL de référence tient-il compte des tendances historiques et de la saisonnalité ?
- ☐ Les mots-clés ont-ils changé depuis l’établissement de la référence ?
- ☐ Les campagnes ciblent-elles fortement le nom de la marque en tant que mot-clé ? (Si oui, ces données sont-elles exclues de l’objectif de CPL ?)
- ☐ La page d’atterrissage est-elle correctement optimisée pour la capture de leads (vitesse, expérience utilisateur mobile, emplacement du formulaire, message) ?
- ☐ Le franchisé est-il nouveau sur son marché ?
- ☐ La majorité des franchisés de la campagne sont-ils nouveaux sur leurs marchés ?
- ☐ Le volume total de leads est-il plus élevé ou plus faible par rapport à la période de référence ?
- ☐ Le taux de conversion des leads en clients a-t-il augmenté ou baissé ?
- ☐ La valeur vie client moyenne (CLV) est-elle en tendance haussière ou baissière ?

Quand le CPL est EN DESSOUS de l'objectif

- ☐ L’objectif de CPL de référence est-il ajusté en fonction des tendances historiques et de la saisonnalité ?
- ☐ Les mots-clés ont-ils changé depuis l’établissement de la référence ?
- ☐ Les campagnes ciblent-elles fortement le nom de la marque en tant que mot-clé ? (Si oui, ces données sont-elles exclues de l’objectif de CPL ?)
- ☐ Le franchisé est-il nouveau sur son marché ?
- ☐ La majorité des franchisés dans la campagne sont-ils nouveaux sur leurs marchés ?
- ☐ Le volume total de leads est-il plus élevé ou plus bas par rapport à la période de référence ?
- ☐ Le taux de conversion des leads en clients s'est-il amélioré ou détérioré ?
- ☐ La valeur vie client moyenne (CLV) est-elle en augmentation ou en diminution ?