

Abilways analyse l'origine de ses appels pour optimiser son ROI Marketing avec le Call Tracking



Industrie :
Formation

Spécialité :
Multi-spécialiste

Site Web:
www.abilways.com

Produit utilisé :
Call Tracking



Abilways est un groupe multi-spécialiste expert de la formation professionnelle et continue, fort de 300 collaborateurs exerçant en France et à l'international. Les différents pôles de la marque, chacun spécialisé dans un domaine de compétence ou d'expertise métier, accompagnent les entreprises et organisations avec des formations et du conseil.

Pour répondre clairement à toutes les attentes des professionnels, Abilways dispose d'un site Web pour chacun de ses 8 pôles d'expertise : ISM pour le marketing et le commercial, CFPJ pour les médias et la communication, etc.

“

Nous souhaitons identifier clairement les canaux sources d'inscription aux formations que nous proposons

”

Marion Ferracci
Directrice Marketing Groupe
Abilways

Challenge

Le secteur de la formation connaît un essor particulier depuis quelques années. Pour tenter de se différencier, les acteurs comme Abilways investissent de plus en plus en marketing digital.

Pour répondre à cet enjeu, Abilways dispose de plusieurs sites Web spécialisés avec des sources de trafic propres à chacun : référencement naturel, Google AdWords, emailing... L'équipe marketing souhaite suivre avec précision les performances de ces différentes sources à générer des inscriptions. Ces dernières peuvent se faire online, via un formulaire, ou par téléphone.

Abilways a donc besoin d'une solution pour analyser l'origine de ces appels et ainsi mesurer le retour sur investissement de ses canaux à générer des inscriptions par téléphone.

Solution

Abilways a choisi la solution Call Tracking de Dexem pour identifier les canaux et sources de trafic à l'origine des inscriptions par téléphone pour chacun de ses sites Web. Avec le Call Tracking Dynamique par Session Visiteur et sa fonctionnalité d'Insertion Dynamique de Numéros, un numéro de téléphone unique est affiché pour chaque visiteur. Ainsi, l'équipe marketing Abilways dispose de data précises et détaillées sur la provenance de ses appels entrants et sur le parcours Web des appelants.

Avec un accès unique aux différents comptes Call Tracking de chaque site Web et la fonctionnalité d'invitation et de gestion des utilisateurs, Abilways gère et analyse en toute simplicité ses données d'appels.

De plus, l'ensemble de ces data sont également disponibles dans Google Analytics et Google AdWords, via une intégration. Abilways croise ainsi son analyse des appels avec ses données Web : entonnoirs multicanaux, parcours visiteurs, mots-clés, groupes d'annonces et campagnes AdWords.

“

Après avoir testé une solution concurrente, les deux n'ont rien à voir : l'installation Dexem est beaucoup plus simple, la réactivité des équipes est très bonne et les fonctionnalités sont beaucoup plus précises

”

Marion Ferracci

Directrice Marketing Groupe
Abilways

Résultats

Grâce au Call Tracking, Abilways attribue les inscriptions par téléphone à ses différents canaux et sources de trafic au même titre que les inscriptions par formulaire online. De cette manière, le groupe dispose d'informations précises sur les canaux sources d'inscription les plus performants.

L'équipe marketing calcule donc son coût d'acquisition réel par site Web en intégrant les informations sur les inscriptions par téléphone aux données online qu'elle exploitait déjà. Ainsi, Abilways dispose d'une vision globale de son retour sur investissement Marketing et l'optimise en suivant une démarche data-driven.

Cela passe en particulier par l'analyse du ROI des mots-clés, campagnes et groupes d'annonces Google AdWords gérés par l'équipe marketing grâce à des données complètes et précises. Elle peut ainsi piloter et ajuster ses budgets pour améliorer les performances de ses campagnes de liens sponsorisés ainsi que celles de ses autres canaux.

“

Le Call Tracking nous permet d'identifier l'origine des appels auprès de notre service client pour optimiser notre ROI Marketing

”

Marion Ferracci

Directrice Marketing Groupe
Abilways