

Astikoto génère des contacts par téléphone à ses franchisés et le démontre avec le Call Tracking.



Industrie :
Automobile

Spécialité :
Lavage et entretien

Site Web:
www.astikoto.fr

Produit utilisé :
Call Tracking

Le réseau de franchises Astikoto compte aujourd'hui une douzaine de centres de lavage automobile dans la région des Pays de la Loire. Chaque centre propose des services d'entretien de véhicules de tous types grâce à des procédés écologiques, innovants et sur mesure.

En plein développement, le réseau a pour objectif d'ouvrir 50 centres en France à l'horizon 2025. Pour y parvenir, il mise sur un fort potentiel d'acquisition via les canaux digitaux. À la clé, de nouveaux clients particuliers ou professionnels, mais aussi de nouvelles perspectives de collaboration avec des franchisés.

“

On avait un manque de visibilité sur le volume d'appels des centres en fonction des périodes de l'année, mais aussi d'un point de vue stratégique pour l'ensemble du réseau.

”

Nicolas Conrad
Consultant Web et
Marketing Digital
Astikoto

Challenge

Pour stimuler l'activité de ses franchisés, Astikoto investit sur plusieurs supports digitaux et print (site Web, véhicules, cartes de visite,...). Le réseau souhaite donner à ses franchisés une visibilité sur l'ensemble des contacts qu'ils génèrent, y compris par téléphone. Cela dans l'objectif de leur montrer les bénéfices qu'ils retirent à faire partie du réseau Astikoto.

De plus, jusqu'à récemment, ses supports de communication affichaient le numéro de portable de la personne en charge de la gestion de chacun des centres de lavage. Astikoto a donc également la volonté d'apporter une plus grande flexibilité dans la gestion des appels, que ce soit dans le cas de l'arrivée d'un nouveau franchisé ou si des gérants de centres sont absents ou en congé.

Solution

Astikoto a choisi la solution Call Tracking de Dexem pour récolter des données sur les appels reçus par ses centres de lavage, et les inclure dans les analyses de leurs performances d'acquisition.

À l'aide d'une intégration avec Google Analytics et Google Data Studio, les informations sur le nombre d'appels reçus sont remontées directement dans une même plateforme, et peuvent être mises en parallèle avec le nombre de prises de contact par email ou via un formulaire.

De plus, le Call Tracking permet à Astikoto de bénéficier de numéros de tracking fixes en 02, pour correspondre à l'emplacement géographique de ses centres de lavage. Les appels passés sur ces numéros sont redirigés vers les portables des gérants des centres, et peuvent être facilement modifiés.

“

L'interface est simple et efficace, il a suffi de 10 minutes au décideur pour comprendre l'intérêt de l'outil.

”

Nicolas Conrad

Consultant Web et
Marketing Digital
Astikoto

Résultats

Grâce au Call Tracking, les franchisés d'Astikoto reçoivent tous les mois et en toute transparence des rapports précis incluant les contacts par téléphone issus de l'investissement du réseau. À terme, l'étude de ces données permettra aussi à la tête de réseau d'identifier des problématiques liées aux appels manqués, et de mettre en place des actions stratégiques pour les résoudre.

En cas d'absence, les gérants des centres de lavage peuvent également choisir de rediriger leurs appels vers le numéro du responsable d'un centre voisin. Cette flexibilité leur permet donc de profiter de leurs congés tout en sachant que leurs appels professionnels sont bien pris en charge.

Quant à l'utilisation de numéros géographiques, elle permet à Astikoto de valoriser son implantation locale et de gagner en crédibilité sur ses supports digitaux. Et, dans le cadre de son développement, il sera très simple de configurer de nouveaux numéros sans effectuer de démarches auprès d'un opérateur pour de nouveaux franchisés dans le futur.

“

Ça nous simplifie la vie, on va remonter ces données tous les mois afin d'identifier demain les efforts à fournir pour chacun de nos canaux.

”

Nicolas Conrad

Consultant Web et
Marketing Digital
Astikoto