

Fastmag attribue deux fois plus de conversions à ses supports marketing avec le Call Tracking



Industrie :
Édition de logiciels

Spécialité :
Commerce de détail

Site Web:
fastmag.fr

Produit utilisé :
Call Tracking

Fastmag est un éditeur de logiciels à destination des commerçants. Il propose des solutions conçues pour la gestion de boutiques physiques ou en ligne, l'encaissement, le commerce BtoB, la fabrication de produits et la business intelligence. Accompagnant les dirigeants et les DSI de grands réseaux de retail, Fastmag équipe aujourd'hui plus de 5 000 points de vente en France et à l'international.

Dans un contexte de croissance sur un marché à fort potentiel, Fastmag diversifie sa base clients tout en continuant à miser sur la qualité de son service. Dans les années à venir, il souhaite particulièrement se démarquer au niveau des logiciels de gestion des points de vente et de l'encaissement.

“
Nous souhaitons affiner les audiences d'internautes en y ajoutant nos appelants, afin de réaliser des campagnes de remarketing et un ciblage plus précis.

”
Cyrille Douin
Responsable marketing et communication digitale
Fastmag

Challenge

L'acquisition de nouveaux clients passe par la prise de contact via des formulaires en ligne, aussi bien que par les appels que Fastmag reçoit depuis ses supports marketing : site Internet, SEA, réseaux sociaux, ... L'éditeur souhaite pouvoir mesurer le nombre d'appels que lui apporte chacun de ces supports et chacune de ces sources de trafic vers son site, afin de compléter le nombre de contacts générés via des formulaires et d'affiner sa compréhension de ses coûts d'acquisition.

Fastmag aimerait également prendre en compte ses appelants pour définir ses audiences, dans le cadre de campagnes de remarketing. L'objectif est d'élaborer un message plus ciblé à destination des internautes, selon s'ils ont déjà pris contact ou non avec ses services.

Solution

Fastmag a choisi le Call Tracking de Dexem pour obtenir des données précises sur les appels que génèrent ses différents supports marketing. Sur son site, il a mis en place du call tracking dynamique pour bénéficier d'un suivi approfondi du parcours de ses visiteurs par session (sources de trafic, mots-clés, pages vues,...). Un numéro de tracking spécifique a aussi été attribué au SEA via les extensions d'appel AdWords, à Google My Business et aux réseaux sociaux, ainsi qu'aux campagnes d'emailing.

De plus, grâce à une intégration, Fastmag peut transmettre son volume d'appels depuis son compte Call Tracking à Google Analytics, et les consulter sur cette plateforme aux côtés de l'ensemble de ses autres données de conversion. Ainsi, il dispose d'une vision complète sur les nouveaux contacts qu'il génère.

Résultats

Avec le Call Tracking, Fastmag a comptabilisé deux fois plus d'interactions avec des leads, et a ainsi confirmé l'importance du canal téléphonique dans l'acquisition de ses contacts. Cela lui a également permis d'inclure dans ses campagnes marketing les volumes de conversions générés par ses appels, tout en étant capable d'en déterminer la source.

De cette façon, Fastmag a désormais une vision précise et complète de son ROI marketing et le pilote avec plus d'assurance. Ayant pris en compte deux fois plus de conversions, il a été capable d'améliorer significativement son coût contact global, par support et par canal marketing.

Sur le moyen terme, l'éditeur prévoit d'associer des actions de bidding automatique aux sources payantes qui lui généreront le plus de contacts, qui proviennent pour moitié des appels. Et dans un deuxième temps, il souhaite aussi intégrer ses appels avec son CRM pour les y retrouver directement.

“

La solution Call Tracking est efficace, et offre un rapport qualité / prix que je n'ai pas rencontré ailleurs sur le marché.

”

Cyrille Douin

Responsable marketing et communication digitale
Fastmag

“

Le Call Tracking permet de piloter les campagnes à partir de volumes de conversions plus importants, et donc avec plus d'assurance. Les volumes d'interactions enregistrées sont passés du simple au double grâce à l'implémentation du Call Tracking Dexem.

”

Cyrille Douin

Responsable marketing et communication digitale
Fastmag