

Le groupe G. Nedelec analyse ses appels entrants pour mesurer l'efficacité de ses supports



Activité :
Automobile

Site Web :
gnedelec.fr

Produit utilisé :
Dexem Call Tracking

Le groupe G. Nedelec est un concessionnaire automobile de la marque Peugeot, basé en Bretagne. Fondé en 2008, il compte aujourd'hui 8 concessions réparties sur la pointe finistérienne, allant de Brest à Quimperlé.

Sur ses différents points de vente, le groupe propose une gamme de services complète pour accompagner les particuliers comme les professionnels : vente de véhicules neufs et d'occasion, réparation, ou encore vente de pièces de rechange.

Challenge

Le groupe G. Nedelec évolue sur un secteur très concurrentiel, où la visibilité sur Internet est devenue un enjeu primordial. Pour que ses offres et annonces soient visibles, le groupe automobile investit donc dans de multiples supports de communication digitaux : sites Web, plateformes de diffusion d'annonces, emailing, etc.

En parallèle, le téléphone est le moyen de contact privilégié par les Français pour des achats ayant une grande valeur comme celui d'une voiture. Pour mesurer l'efficacité de leurs supports de communication à générer des contacts, les équipes marketing du groupe G. Nedelec ont donc besoin d'analyser la provenance des appels entrants pour chacune des concessions.

*"Nous souhaitons
**mesurer les
différentes sources
de nos appels** pour
optimiser nos contrats
avec nos prestataires."*

Magalie Poulicart
Responsable Marketing

Solution

Le groupe G. Nedelec a choisi la solution Call Tracking de Dexem pour répondre à son besoin. Les équipes marketing affichent un numéro de tracking unique sur chaque support de communication utilisé : les site Web, les fiches Google My Business, les emailings, et bien sûr les annonces de leurs prestataires de diffusion d'annonces comme Le Bon Coin, Ouest France ou la Centrale.

En utilisant en complément les champs personnalisés, le groupe G. Nedelec est ainsi en mesure d'identifier lesquels de ces supports génèrent le plus d'appels par concession et par type d'activité : vente de véhicules neufs, vente de véhicules d'occasion, etc.

Avec la fonctionnalité de notification des appels manqués, les points de vente du groupe G. Nedelec reçoivent immédiatement toutes les informations nécessaires pour rappeler leurs interlocuteurs. Les concessions optimisent donc le traitement de leurs appels à haute valeur ajoutée, et ne manquent aucune opportunité.

Résultats

Avec Dexem Call Tracking, le groupe G. Nedelec est en mesure d'analyser la provenance de ses appels entrants, et des les attribuer à leurs différents supports de communication. Ainsi, le groupe possède des données précises sur les supports les plus performants pour chacune de ses concessions et chacun de ses types d'activité.

Ainsi, les équipes marketing de G. Nedelec pilotent et optimisent leurs investissements sur ces supports, pour générer plus de contacts par téléphone à leurs 8 points de vente.

En particulier, l'équipe marketing mesure de manière détaillée le retour sur investissement des différentes plateformes sur lesquelles elle diffuse ses annonces automobiles. Elle adapte en conséquence ses budgets pour améliorer l'efficacité de ces canaux.

*"La solution est **instantanée et facile à mettre en place**. Nous aimons particulièrement la possibilité de mettre en place **des alertes appels manqués**."*

*"Depuis que nous utilisons Dexem Call Tracking, nous réalisons **un suivi précis de nos appels, par point de vente et par métier**."*