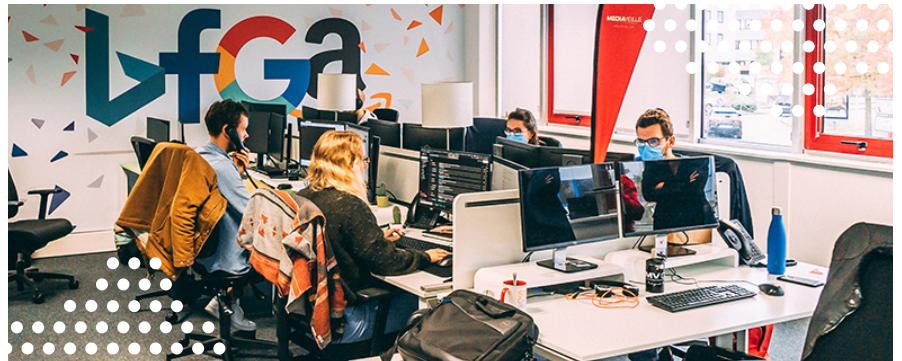


L'agence Yumens mesure la rentabilité de ses leviers webmarketing avec Dexem Call Tracking



Activité :
Agence digitale

Site Web :
yumens.fr

Produit utilisé :
Dexem Call Tracking

Yumens, anciennement Mediaveille, est une agence de conseil en stratégie digitale, qui accompagne ses clients avec rapidité, pertinence et performance, pour acquérir de nouveaux leads et clients et exploiter tout le potentiel offert par le digital.

Cette agence Google Premium Partner réalise une croissance exceptionnelle de 2400% sur les 8 dernières années. Forte de son expérience et de sa capacité à mettre en place des programmes digitaux performants grâce à ses 8 pôles d'expertise sur le marketing digital, Yumens affiche plus de 95% de clients satisfaits.

*"Il est indispensable de bien **tracker les différentes sources de trafic**, pour **mesurer précisément la contribution de chaque levier**, et ainsi **calculer son coût d'acquisition**."*

Olivier Mériil
Président

Challenge

Afin de mettre en place des stratégies de marketing digital efficaces pour ses clients, l'agence a pour objectif d'optimiser au maximum les investissements réalisés pour générer plus de leads et plus de ventes à budget marketing constant.

Mettre en place des programmes de référencement naturel, des campagnes Google Ads ou une présence sur les réseaux sociaux ne suffisent plus en tant que tels. La performance du marketing digital, à court et long terme, s'appuie sur l'optimisation en continu des actions réalisées.

Or, pour cela, les équipes de Yumens doivent mesurer précisément la contribution de chaque levier, et ainsi calculer le coût d'acquisition des leads qu'ils génèrent. Au même titre que les formulaires ou les achats e-commerce, elles ont donc besoin de tracker également les appels de prospects pour déterminer le coût contact réel.

Solution

L'agence a choisi Dexem Call Tracking pour mesurer les conversions par téléphone générées pour ses clients, en fonction des différents supports publicitaires et des différentes sources de trafic Web. Ainsi, la répartition des appels en fonction des différents leviers permet de comprendre leur efficacité réelle, et de piloter les budgets investis en conséquence.

Pour ce faire, les équipes de l'agence mettent en place du call tracking statique et du call tracking dynamique par source de trafic ou session visiteur. Toutes les datas issues du tracking sont la plupart du temps également partagées avec Google Analytics, via une intégration, pour approfondir l'analyse des appels en fonction des données de trafic Web.

Et en tant qu'agence partenaire, Yumens utilise un gestionnaire multi-comptes pour organiser ses comptes clients, fluidifier les accès à ses collaborateurs et simplifier la facturation.

*"La solution Dexem Call Tracking nous permet de **mesurer le nombre d'appels par levier**, et ainsi d'avoir une vision complète **des performances des sources de trafic.**"*

Résultats

Avec plusieurs dizaines de clients équipés dans les secteurs de l'immobilier, du tourisme, de l'automobile, des services de proximité ou des services aux entreprises, et une centaine de collaborateurs invités dans le multi-compte de l'agence, Yumens apporte une réelle valeur ajoutée à l'ensemble de ses clients avec Dexem Call Tracking.

Yumens guide ses clients et les aide à faire évoluer le tracking des appels en fonction de leurs besoins. Un client démarre avec le tracking des appels pour acquérir une vue d'ensemble, puis il approfondit souvent son analyse sur certains leviers qui génèrent de nombreuses conversions par téléphone comme le SEO ou le SEA.

Les équipes Yumens intègrent Dexem Call Tracking dans leurs offres pour analyser les contacts entrants, et ainsi mesurer la rentabilité des programmes de marketing digital réalisés. Aujourd'hui, l'agence a déjà démontré plusieurs dizaines de milliers de nouveaux contacts par téléphone à ses clients.

*"Nos clients comprennent bien l'intérêt au départ quand on leur en parle, et **ils en mesurent l'importance quand ils constatent les performances.**"*