



OPTIMISER SA STRATÉGIE MÉDIA AVEC UN SUIVI DES PARCOURS ONLINE-OFFLINE

ENGIE a fait appel à Converteo afin de l'accompagner dans l'optimisation de sa stratégie média avec un suivi des parcours online-offline. Découvrez comment ENGIE a amélioré de 33% son taux de transformation grâce au tracking data.

Contactez-nous

LE DÉFI

- Suivre l'entonnoir de conversion depuis l'acquisition média jusqu'au contrat signé
- Piloter l'acquisition digitale en considérant la signature d'un contrat et sa « lifetime value » comme conversion finale

LES ENJEUX

- Désiloter le digital et l'inclure dans une stratégie omnicanale globale
- Mettre en place des flux de données industrialisés entre les différentes entités (digital, service client, équipe data)

MÉTHODOLOGIE

Pour ce faire, nous avons appliqué la méthodologie suivante :

- Mise en place de mécaniques de tracking supplémentaires sur le site pour suivre la dernière étape des visiteurs dans le tunnel de conversion en lead ;
- Récupération des données offline pour suivre les actions post lead (rappel conseiller, contractualisation, offre souscrite)
- Création d'audiences consolidées online / offline & reportings de bout en bout pour optimiser les stratégies d'enchères et mieux piloter les partenaires média

LES RÉSULTATS

+33%

Taux de transformation
des leads affiliation

+5%

de valeur sur les contrats
SEA