

Tracking & Retour sur investissement



Bruno Guyot

Expert en marketing digital | Générateur de business par des campagnes data-driven



Speaker



BRUNO GUYOT

- > Expert Google certifié
- > 13 ans d'expérience en marketing digital
- > Spécialiste performance, tracking et webanalytics
- > Formateur certifié Learn with Google Switzerland
- > Blogueur & Speaker
- > Background: spécialiste e-commerce & web

*“Votre site web n’est pas là
pour faire joli.”*

(pas que)

*“Il doit amener **des clients.**”*

C'est votre **arme de génération de business** en ligne.

Optimiser pour la rentabilité

On optimise ce que l'on mesure

Quelles actions sur le site (si réalisées) ont un impact business ?

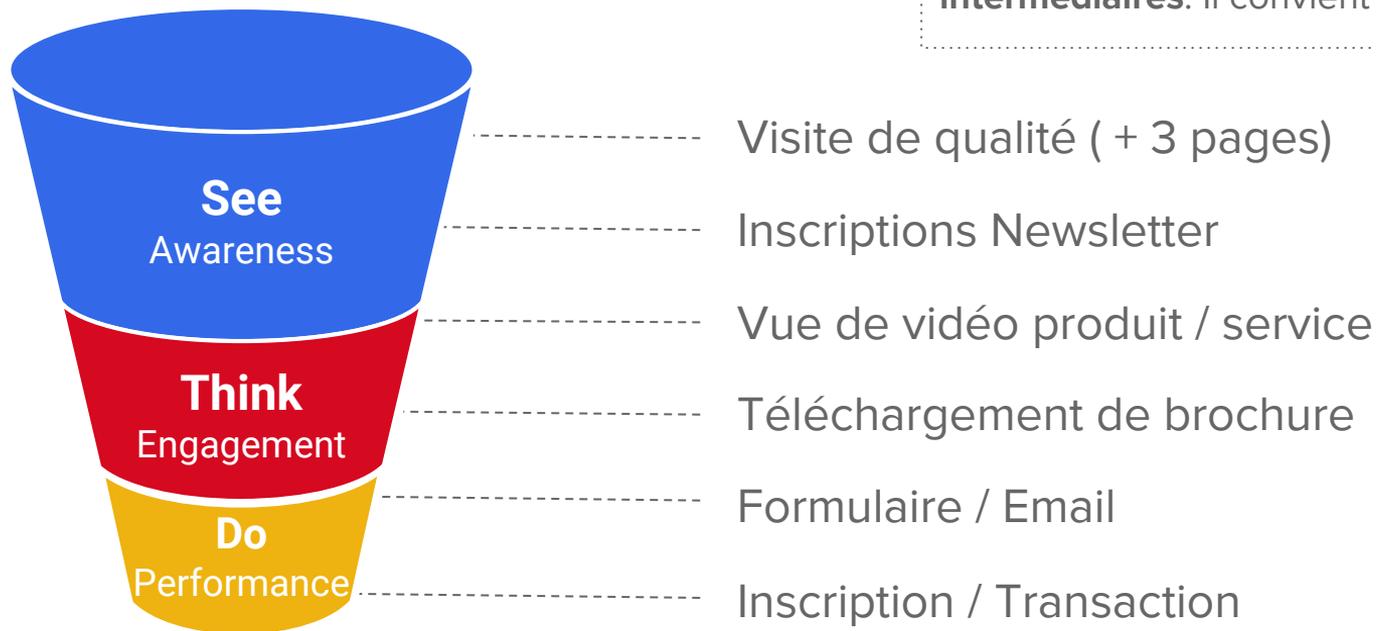
La mesure de ces actions est de plus en plus facile à mettre en place grâce à des outils comme Google Tag Manager.

Couplé à Google Analytics c'est la porte ouverte à **une mesure fine et complète des actions réalisées sur votre site** qui serviront ensuite de conversions dans les plateformes publicitaires.



Pensez cycle de vente et micro conversions...

La conversion business finale (la plus importante) est souvent **précédée de micro-conversions intermédiaires**. Il convient de tout mesurer.



... et apprenez jusqu'à 5 fois plus vite

Imaginez avoir 50 mots clés dans votre compte Adwords.

Si vous n'avez que ces données là chaque mois pour optimiser vos campagnes, il vous faudra **plusieurs mois pour optimiser avec fiabilité.**

Campagne ↑	Conversions
 Recherche FR	
Demande d'infos (Toutes les données du site Web)	1,00
Demande d'offre (Toutes les données du site Web)	13,00
Formulaire de contact (Toutes les données du site Web)	4,00

... et apprenez jusqu'à 5 fois plus vite

Grâce aux micro-conversions additionnelles, vous pouvez désormais optimiser vos campagnes beaucoup plus rapidement !

Apprendre vite. Echouer vite. Progresser vite.

Le temps c'est votre argent :-)

Campagne 	Conversions
 Recherche FR	340,40
Demande d'infos (Toutes les données du site Web)	1,00
Demande d'offre (Toutes les données du site Web)	13,00
Formulaire de contact (Toutes les données du site Web)	4,00
Téléchargement de catalogue (Toutes les données du site Web)	191,50
Voir les prix (Toutes les données du site Web)	130,90

Attribuez une valeur à chaque conversion

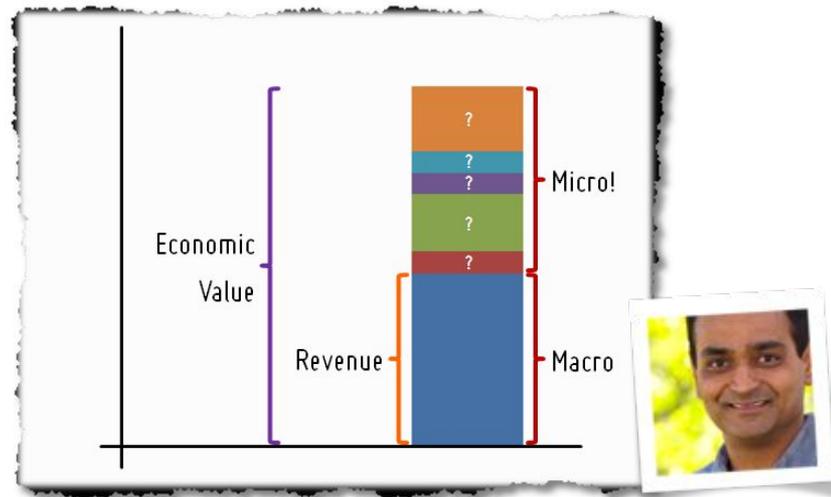
Attribuez une valeur économique à toutes vos conversions, y compris micro-conversions.

Imaginez une vue de vidéo sur votre site. La vue est gratuite. Mais vous pourriez payer pour l'obtenir (par ex. Youtube, Facebook, TV). Vous économisez donc en quelque sorte un coût par vue payant pour chaque vue gratuite. Attribuez cette valeur.

Idem pour les autres conversions.

Donnez une valeur de plus en plus importante selon que la micro-conversion s'approche de la conversion business finale. Lecture recommandée :

<https://www.kaushik.net/avinash/web-analytics-tips-identify-website-goal-values/>



Et optimisez pour le ROAS



Grâce aux différentes valeurs des différentes conversions, vous pouvez **optimiser vos campagnes pour le ROAS** (Return on Ad Spend).



Historical performance data



Predicted performance and value

Montons le niveau de jeu

Optimisez-vous pour les bonnes conversions ?

Le Call tracking n'est pas une option pour bien des entreprises.

Si vous ne suivez que ce qui se passe sur le site web, vous pouvez passer à côté de l'essentiel.

Dans l'exemple ci-contre, la majorité des demandes viennent d'appels. Et de plus, ce sont les meilleures demandes.

Suivre les appels permet d'optimiser vos campagnes sur leur capacité à en générer.

<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Campagne	Conversions [?]
<input type="checkbox"/>		Total : toutes les campagnes	
		Calls from ads	247,00
		Demande de rappel (Toutes les données du site Web)	35,00
		Formulaire de demande de renseignements (Toutes les données du site Web)	43,00
		Prise de RDV (Toutes les données du site Web)	65,00
		Website Call tracking	453,50

Et on peut doit aller encore plus loin :-)

Suivre les appels provenant des campagnes Adwords c'est bien. **Suivre tous les appels c'est mieux.**

Investissez dans un outil de call tracking dédié.



Call Tracking Everywhere

Measure **phone call conversions** from your search, digital, and offline marketing campaigns – including **PPC keywords**.



Record Phone Calls

Call recording makes it easy to qualify leads, coach your staff, and improve customer service. Easily **review and annotate** your phone calls.



Dynamic Number Insertion

Automatically show your tracking phone number to the right audience. Capture the **full visitor journey** before and after the call.



Conversation Intelligence

Adjust marketing to drive more quality calls using **automated lead scoring**. Instantly analyze call content with visual **call transcriptions**.



Setup Numbers Instantly

You can configure a new **call tracking number** in less than a minute. Our **call flow builder** helps create custom call routing for your business.



No Contract Required

We're confident that CallRail will help you increase sales, optimize advertising, and improve service. **Try CallRail free for 14 days.**

Coupler Adwords à votre CRM

Optimiser pour des micro-conversions est une bonne première étape. Mais si vous avez un CRM, vous devez optimiser pour les leads qualifiés.

L'intelligence artificielle doit être **dirigée dans la bonne direction**.
Quoi de meilleur que vos données CRM ?

Conversion actions



<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Name	Source	Category ↑	All conv.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Lead qualifié SF	Salesforce.com	Lead	81.00



**Mais la performance n'est pas
qu'une histoire de technique.**

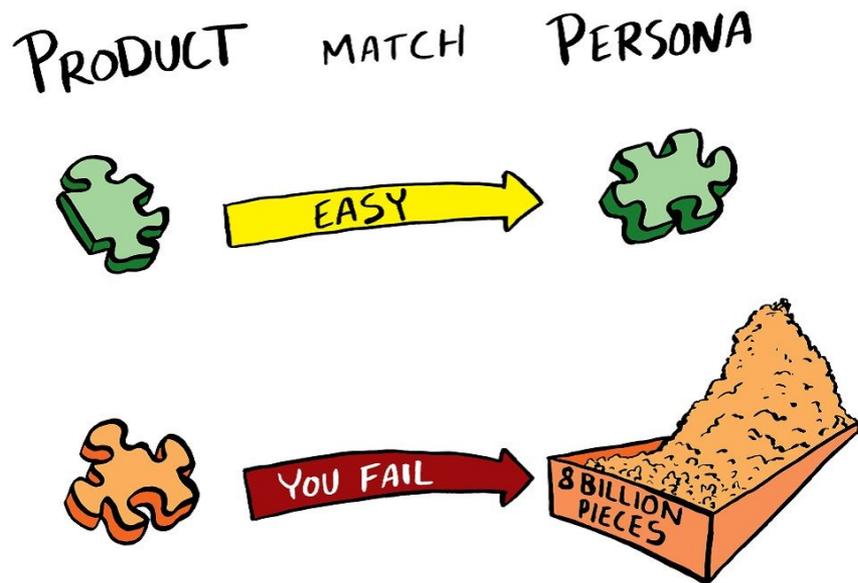
**Elle tient surtout à la
connaissance de vos clients.**

La réussite dépend de l'adéquation entre un besoin et une offre

A la base, un produit ou un service répond à un besoin.

Plus il y répond bien, plus il a de succès.

Comment y répondre le mieux possible ?
En l'étudiant le plus intensément possible.
Il ne doit plus avoir de secret pour vous.



Le tracking peut vous donner un avantage compétitif...

Nous autres marketeurs sommes des enquêteurs, des détectives !

Au-delà de générer du business immédiatement en créant des stratégies et des campagnes, **ayez l'obsession d'enrichir sans cesse votre connaissance clients.**



... en vous permettant d'analyser plus finement...

Les plateformes Analytics peuvent (et doivent) être enrichies de données spécifiques à votre activité particulière.

Dans l'exemple ci-contre, récupérer ces infos me donnent la possibilité d'isoler les visiteurs selon les infos entrées. Et ainsi de pouvoir comparer comment ils sont différents.

Et enfin de pouvoir les adresser différemment. Mieux pour chaque groupe plutôt que de les adresser tous de la même manière.

Demande de crédit en 1 minute

Votre demande de crédit suisse, en ligne, en 1 minute

Remplissez votre demande de crédit privé, et recevez une réponse de principe dans les 5 minutes.

Votre offre de prêt est disponible en 24 heures.

Le crédit en ligne de confiance, c'est maintenant.

Montant du crédit souhaité	<input type="text" value="20000"/>	Entre 3'000.- et 250'000.- CHF
Durée du crédit	<input type="text" value="60 mois"/>	
Titre	<input type="text"/>	
Nom	<input type="text"/>	
Prénom	<input type="text"/>	
Date de naissance	<input type="text" value="Jour"/> <input type="text" value="Mois"/> <input type="text" value="Année"/>	
Adresse	<input type="text"/>	
Numéro postal	<input type="text"/>	
Ville	<input type="text"/>	
E-mail	<input type="text"/>	
Téléphone	<input type="text"/>	
Salaire	<input type="text"/>	

... et de mieux comprendre vos clients

Pour un autre client (B2B), **le suivi du comportement multi-appareil** m'a permis de découvrir que la majorité des prospects venaient en journée sur ordinateur.

Et que la majorité des clients commandaient ensuite depuis leur mobile à tout heure.

Nous avons donc favorisé une expérience mobile orientée clients et favoriser une expérience desktop orientée génération de prospect.

Résultats au rendez-vous :-)

Measurement with Client ID



Measurement with User ID



So what ?

Affinez !

- Adaptez votre contenu

Plus vous connaissez votre audience plus vous pouvez créer des contenus qui lui plairont.

Utilisez leur mots, parlez-leur de ce qui leur plaît, les obsède, leur pose problème.

Impossible de le faire bien sans les connaître !

Augmentez vos capacités d'analyse et devenez Sherlock Holmes.

Affinez !

- Adaptez votre contenu
- Adaptez vos offres (produits, services)

Plus votre offre sera pertinente et adressera complètement le besoin de vos clients potentiels et **plus vous aurez de succès**.

Ajoutez au catalogue les produits que veulent vos clients si vous ne les vendez pas encore.

Ajustez vos prestations en fonction du feedback et de la satisfaction de vos clients.

Progresssez, progressez, progressez !

Affinez !

- Adaptez votre contenu
- Adaptez vos offres (produits, services)
- Adaptez vos publicités et vos ciblages

Au départ vous ciblez au bazooka (une page générique et un message générique)
=> Ce que tout le monde fait

Vous pourrez ensuite **snipper vos différents segments de clients** (pages spécifiques et messages différenciés).

=> Ne soyez plus un clone, devez un jedi :-)



Et performez toujours plus !

● Chiffre d'affaires



Objectifs réalisés ▾

par rapport à [Sélectionner une statistique](#)

Toutes les heures

Jour

Semaine

Mois

● Objectifs réalisés



Merci !