em lyon business school

forever club digital

La Relation Client à l'heure du Digital

EMDIGICLUB EPISODE I

L'acquisition de clients et le développement des ventes

#EMDIGICLUB

Au Programme

- **2 épisodes sur la relation client digitale :**
  - L'acquisition de clients et le développement des ventes
  - Outils de la relation clients (mail, chat, réseaux sociaux, téléphone).

- **L'agenda**
  - **Enjeux & définition** : ce qui changé dans la relation client
  - Histoire d'une entreprise utilisant le digital **(Akuiteo)**
  - Etat de l'art du référencement **(Cyber Cité)**
  - Allons plus loin avec le marketing automation et l'analyse comportementale **(Web Mecanik)**
  - **Vous avez la parole,** à nous de vous écouter !

Les intervenants

- **Jean Baptiste SACHOT** est Head of Business Development et **Loic PELLETIER** (ESC 2002) est Product Manager chez Akuiteo. En tant qu'utilisateur ils nous expliqueront leurs évolutions sur les outils digitaux qu'ils ont utilisés pour commercialiser des solutions d'ERP de gestion de projet TPE-ETI.

- **Jean-François LONGY** (ESC 2000) est DG et Co Fondateur de Cyber Cité, agence web marketing / marketing digital. Il nous expliquera l'état de l'art du référencement (SEO, adwords etc.)

- **Stéphane COULEAUD** est CEO de Webmecanik, co-éditeur de solution de Marketing Automation. Il nous expliquera comment s'articule l'association d'une stratégie de contenus au marketing automation pour suivre le parcours clients de bout en bout.

- **François SCHEID** (MBA 1988) est professeur à EM Lyon business school. Il interviendra en tant qu'expert dans le marketing digital. Il a publié deux ouvrages sur le sujet « Le Marketing Digital» en 2012 et « Les Fiches-Outils des Réseaux Sociaux » en 2014.

Le Club Digital EM Lyon

- **Nicolas CONSTANT** (PGM 2015), Président du Club Digital Lyon.
  - 17 ans d'expérience dans la relation client
  - dont 10 ans dans le digital
  - Actuellement Responsable des projets outils relation client chez Nespresso France

- **Frederic BLACHON** (MBA 2012), Membre du bureau du Club Digital Lyon.
  - 15 ans d'expérience dans les Systèmes d'Information dans la conduite d'initiatives digitales vers les plateformes Cloud.
  - Coach de startups digitales à l'incubateur EM Lyon et chez 1kubator en tant qu'associé.
  - Accompagne les PME et Grands Comptes dans la transformation digitale de leur métiers des Ventes et du Marketing.

Un peu de vocabulaire…

Inbound / Outbound
"Sens" de la relation : les prospects vers l'entreprise… ou l'inverse.

Lead Generation
Récupérer des contacts qui seront engagés commercialement par la suite.

Marketing automation
Il s'agit d'automatiser une partie des actions marketing avec un prospect donné, tout en personnalisant la relation qu'il peut avoir avec l'entreprise.
A travers l'analyse de ces interactions, des scénarii sont mis en place pour le suivre (« nurturing ») jusqu'à l'acte d'achat.

Content marketing
Créer de "bons" contenus. Cela peut prendre la forme d'articles de blogs, de newsletters ou de livres blancs.

Lead Nurturing
La prise de décision se fait sur le long terme, parfois de manière complexe. Il faut accompagner le prospect dans sa prise de décision.

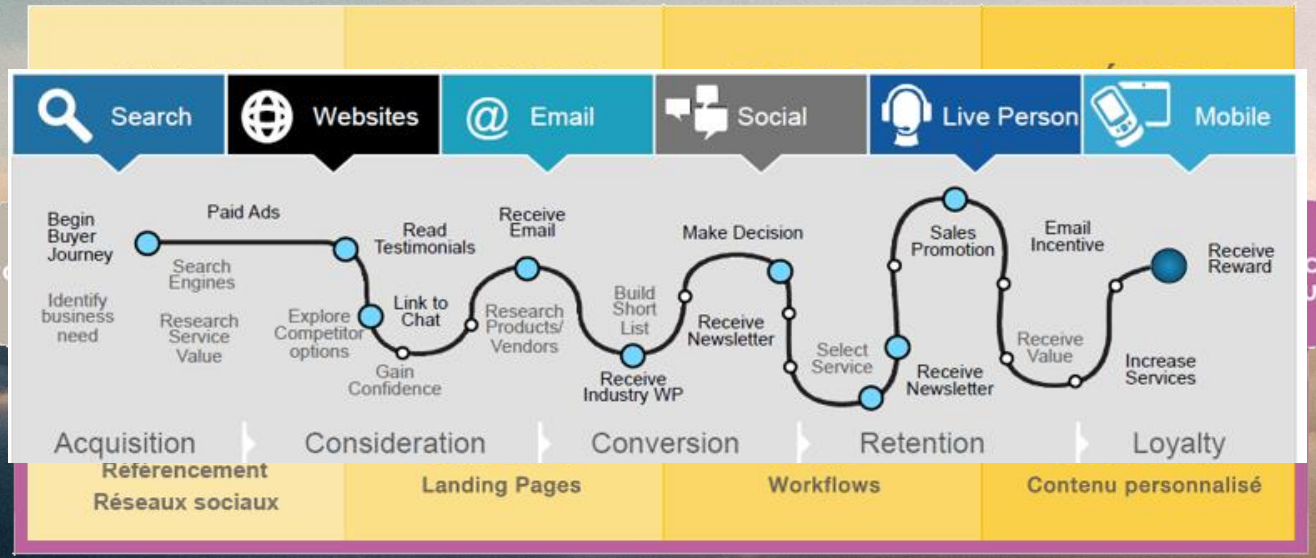
Le Référencement

SEO : Search Engine Optimization
\+ SEA : Search Engine Advertising
\+ SMO : Social Media Optimization
= SEM : Search Engine Marketing

Alors, qu’est-ce qui a changé dans la relation client ?

La délicate alchimie vers l'engagement client…

CONSTRUIRE UNE CONVERSATION PERSONALISÉE ET SOUTENUE…



…QUI GÉNÈRE DE L'ENGAGEMENT

LES NOUVELLES REGLES DU MARKETING DIGITAL

Find

3 000

marketing messages
a day

Be found

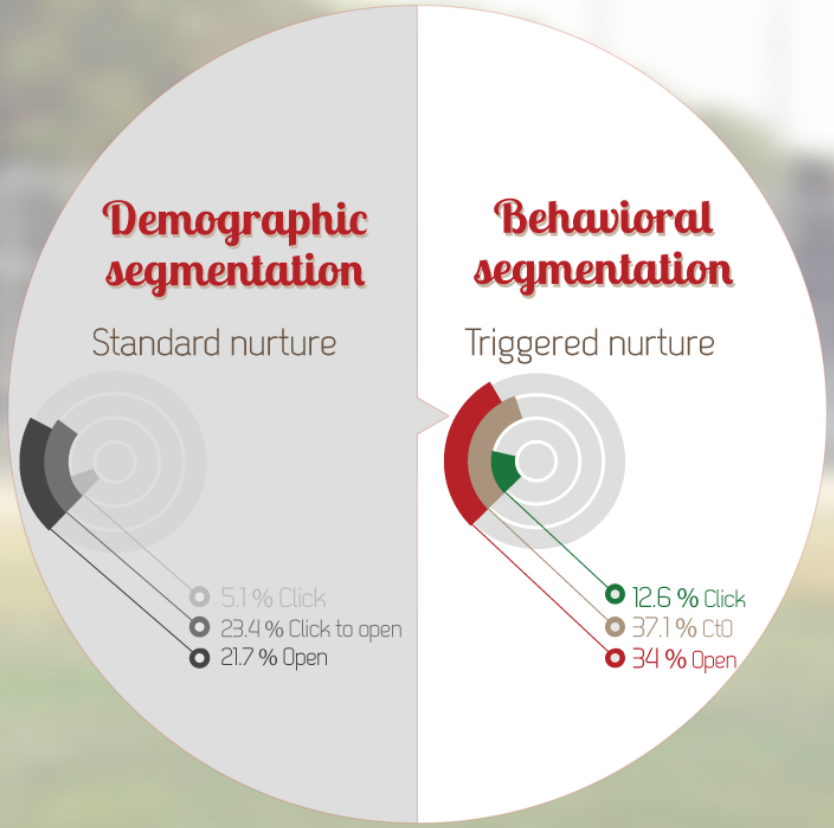
Storytelling
Social
SEO
SMO
SEA
Design
Ergonomics

Mass communication

Communication 1 on 1

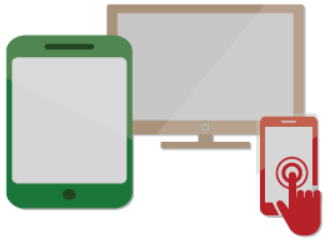
personalized

and **long-term** conversations


Demographic segmentation
Standard nurture
5.1 % Click
23.4 % Click to open
21.7 % Open
Behavioral segmentation
Triggered nurture
12.6 % Click
37.1 % CtO
34 % Open

Few channels

Omni-channel experience



Random decisions

44% of CMOs don't know what would happen if their budget **increased by 10%.**

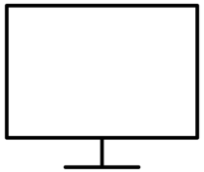
Decisions based on analysis

Use of **analytics tools, statistics** and **indicators** to plan a strategy.

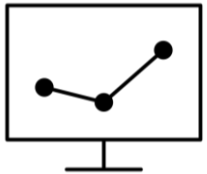
METTRE EN OEUVRE CES PRINCIPES NECESSITE UN CHANGEMENT DANS VOTRE VISION :

DONNER POUR RECEVOIR

akuiteo
BUSINESS SOFTWARE



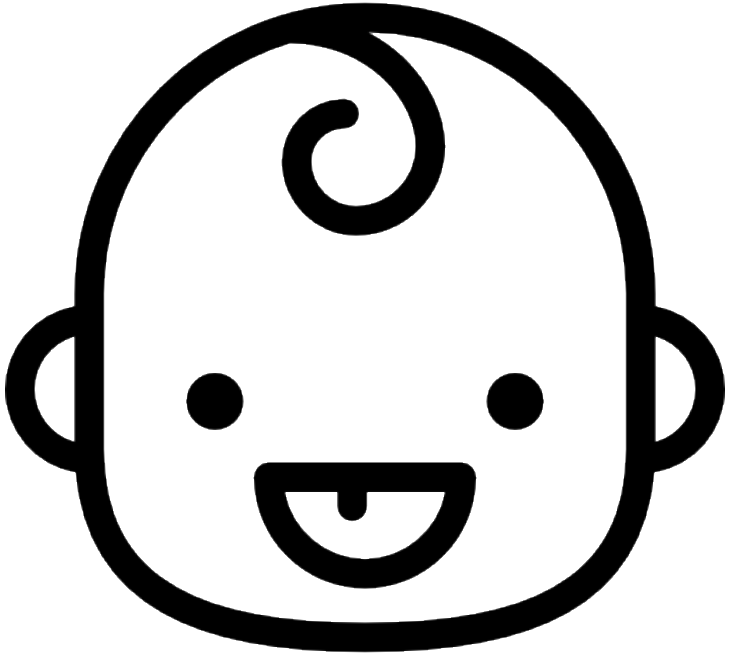
Editeur
et
Intégrateur



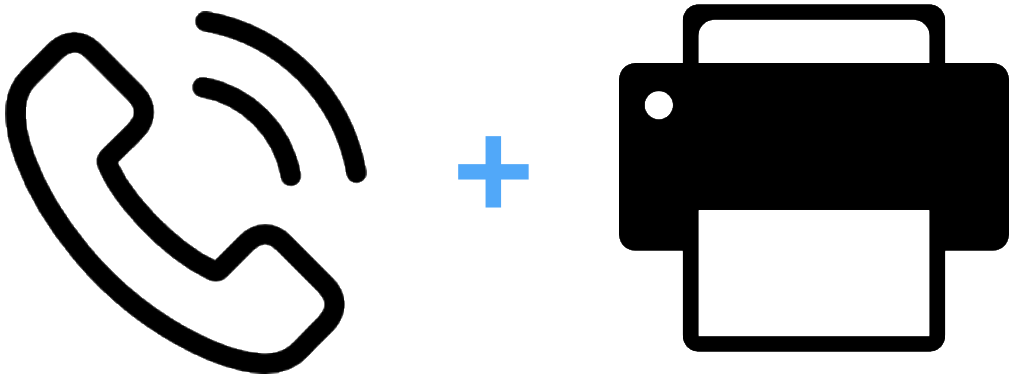
ERP
(logiciel de
gestion)

- Sociétés d'ingénierie
- Bureau d'études
- Architectes
- Sociétés de conseil
- Editeurs de logiciels

1994 | La naissance

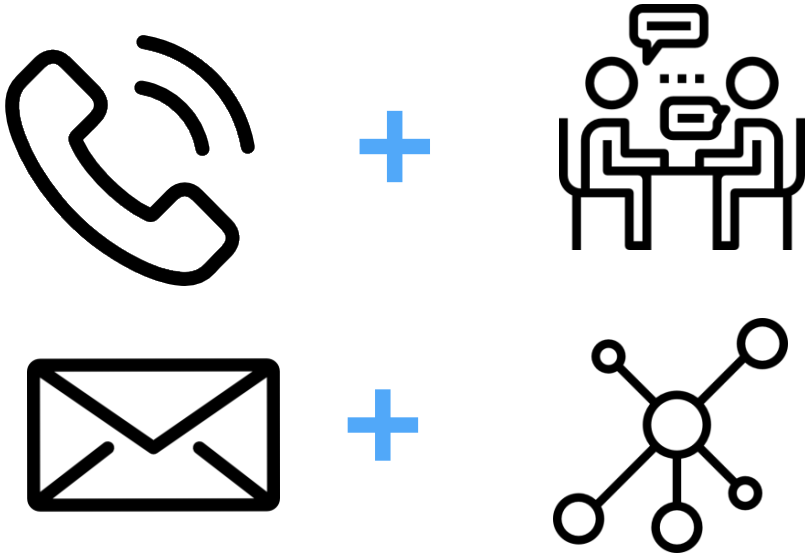


2004 | Graham Bell



01100
10110
11110 0% 0%

2008 | JC Convenant



01100
10110
11110 10% 5%

2011 | Seth Godin

01100
10110
11110 80% 80%

2016 | Ben Laden

01100
10110
11110 90% 100%

2016 | Ben Laden

01100
10110
11110 90% 100%

2017 | Dalai Lama

01100
10110
11110 60% 60%

Verticalité

USERS

60
5
10
30
10
20
50
60

Humain ou SEO ?

Trop de bruit …

SALES + MARKETING =

SMARKETING

Jean François LONGY - @jflongy_CC

LES CHIFFRES

100

EXPERTS À VOTRE SERVICE

12

MILLIONS DE CA

5

AGENCES EN FRANCE

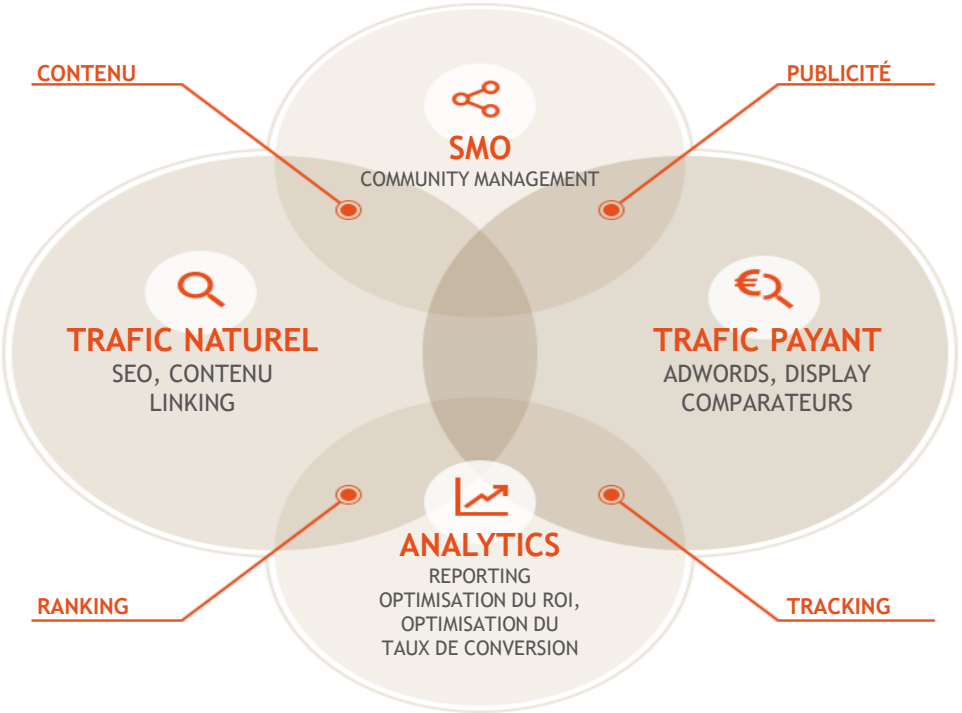
800

CLIENTS SATISFAITS

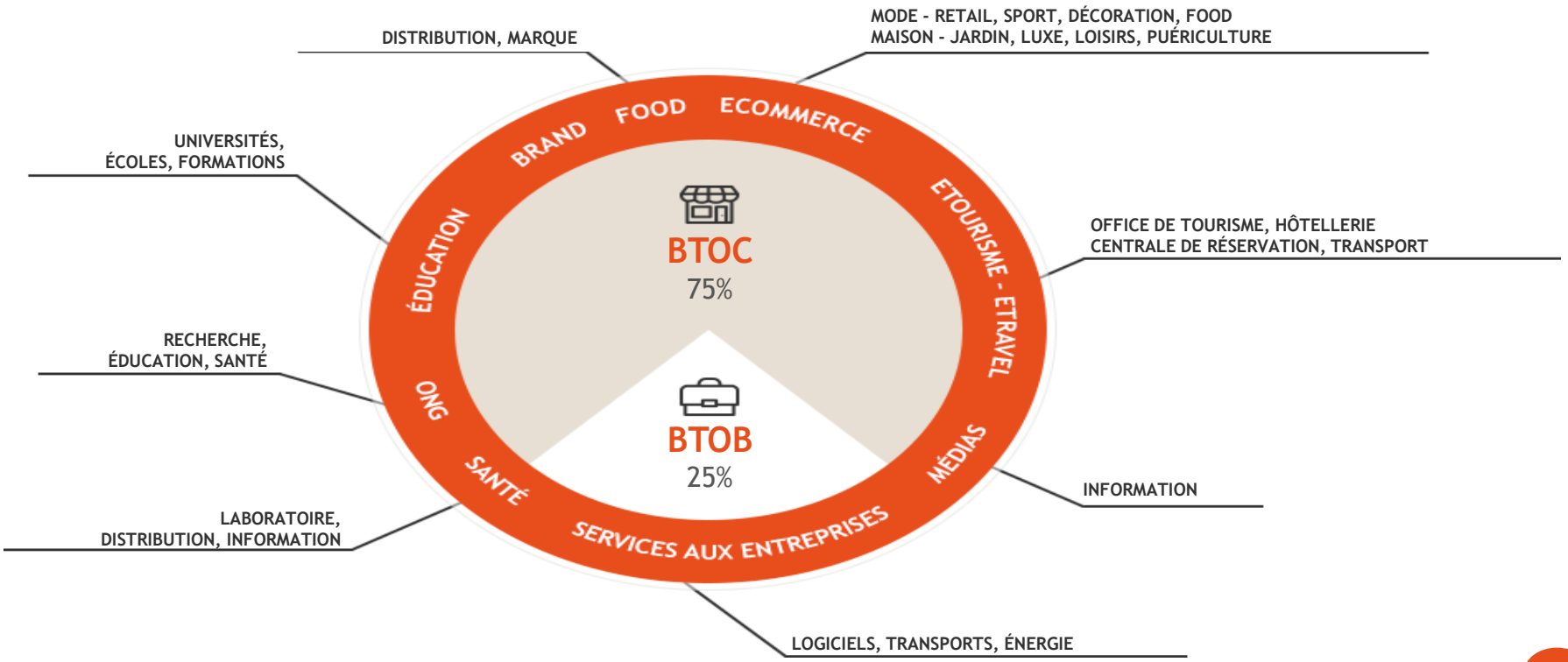
1 ÈRE

AGENCE TRAFIC INDÉPENDANTE

NOS MÉTIERS


CONTENU
PUBLICITÉ
SMO
COMMUNITY MANAGEMENT
TRAFIC NATUREL
SEO, CONTENU
LINKING
TRAFIC PAYANT
ADWORDS, DISPLAY
COMPARATEURS
ANALYTICS
REPORTING
OPTIMISATION DU ROI,
OPTIMISATION DU
TAUX DE CONVERSION
RANKING
TRACKING

RÉPARTITION SECTORIELLE
DE NOS CLIENTS



AIRFRANCE

ORPI
SOLUTIONS IMMOBILIERES

Alinéa
Mobilier & décoration

LE PETIT
MARSEILLAIS

IKKS

MAVIC

BOIRON

TNT

Val Thorens

AKENA
Vérandas

Culligan
le meilleur de l'eau

NOS DERNIERS
LIVRES BLANCS & PUBLICATIONS

LIVRE BLANC
Réussir sur Google Shopping, c'est simple, efficace et pas cher.

LIVRE BLANC
Obtenez des informations cruciales pour la réussite de vos campagnes.

LIVRE BLANC
Comment rater ou réussir à coup sûr votre refonte en 10 points.

LIVRE BLANC
Mieux appréhender votre stratégie de web analytique.

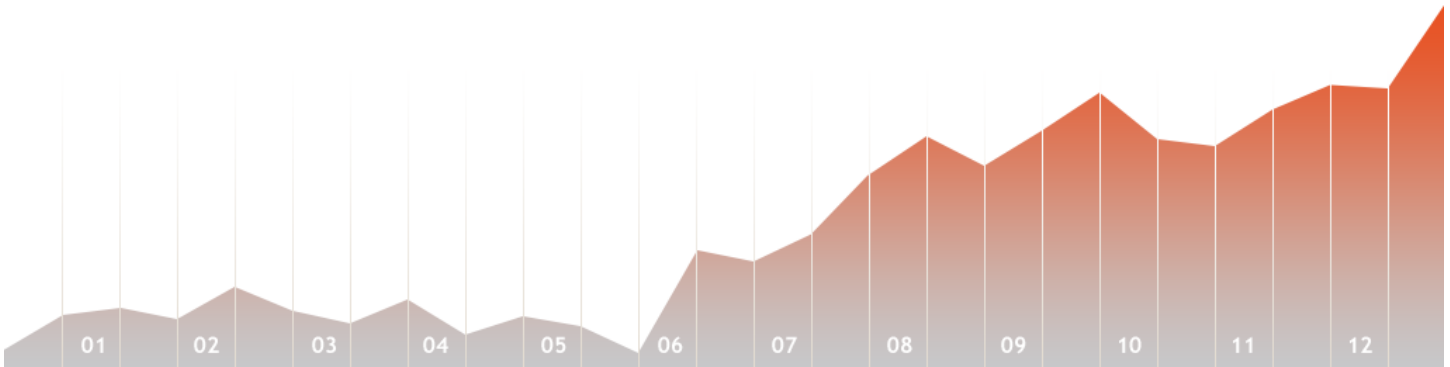
LIVRE BLANC
Le guide pour briller en communauté !

LIVRE BLANC
Comment promouvoir votre entreprise grâce à Google AdWords.

EXPERTS ANALYTICS
EXPERTS CERTIFIES – AGENCE CERTIFIEE

Google Analytics

2017
30 experts



COMPRENDRE, MESURER, INNOVER

« Vers l'infini et au-delà ! »

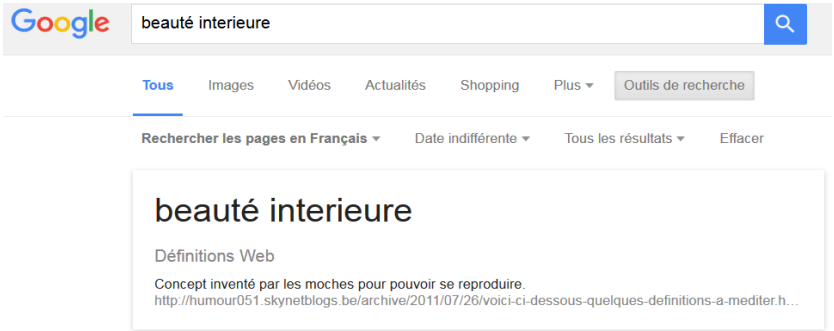
REDUIRE LE WEBMARKETING A SA PLUS SIMPLE EXPRESSION
ET EXPLOITER LE BUSINESS ASSOCIE

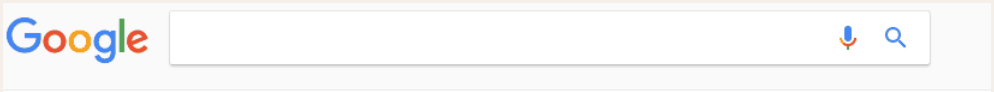
Quelques postulats de base :

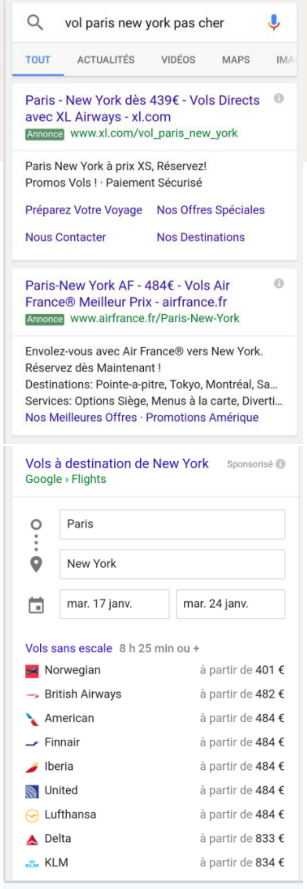
L'audience est une fonction de la santé économique d'une organisation « *more traffic – more business* »

L'Audience n'a qu'une vraie source ! Internet = Google !

Cette source n'est pas totalement gérable !

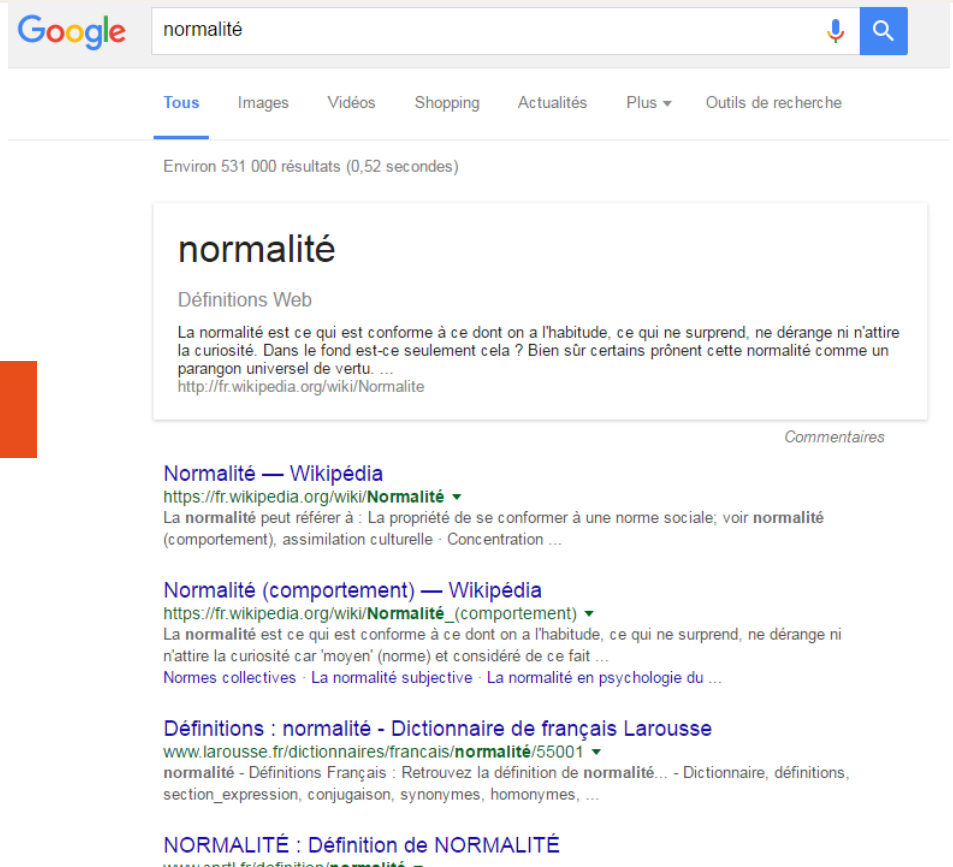



Google


vol paris new york pas cher
TOUT
ACTUALITÉS
VIDÉOS
MAPS
Paris - New York dès 439€ - Vols Directs avec XL Airways - xl.com
Annonce www.xl.com/vol_paris_new_york
Paris New York à prix XS, Réservez!
Promos Vols ! · Paiement Sécurisé
Préparez Votre Voyage
Nos Offres Spéciales
Nous Contacter
Nos Destinations
Paris-New York AF - 484€ - Vols Air France® Meilleur Prix - airfrance.fr
Annonce www.airfrance.fr/Paris-New-York
Envolez-vous avec Air France® vers New York.
Réservez dès Maintenant !
Destinations: Pointe-a-pitre, Tokyo, Montréal, Sa...
Services: Options Siège, Menus à la carte, Diverti...
Nos Meilleures Offres · Promotions Amérique
Vols à destination de New York
Sponsorisé
Google › Flights
Paris
New York
mar. 17 janv.
mar. 24 janv.
Vols sans escale 8 h 25 min ou +
Norwegian à partir de 401 €
British Airways à partir de 482 €
American à partir de 484 €
Finnair à partir de 484 €
Iberia à partir de 484 €
United à partir de 484 €
Lufthansa à partir de 484 €
Delta à partir de 833 €
KLM à partir de 834 €

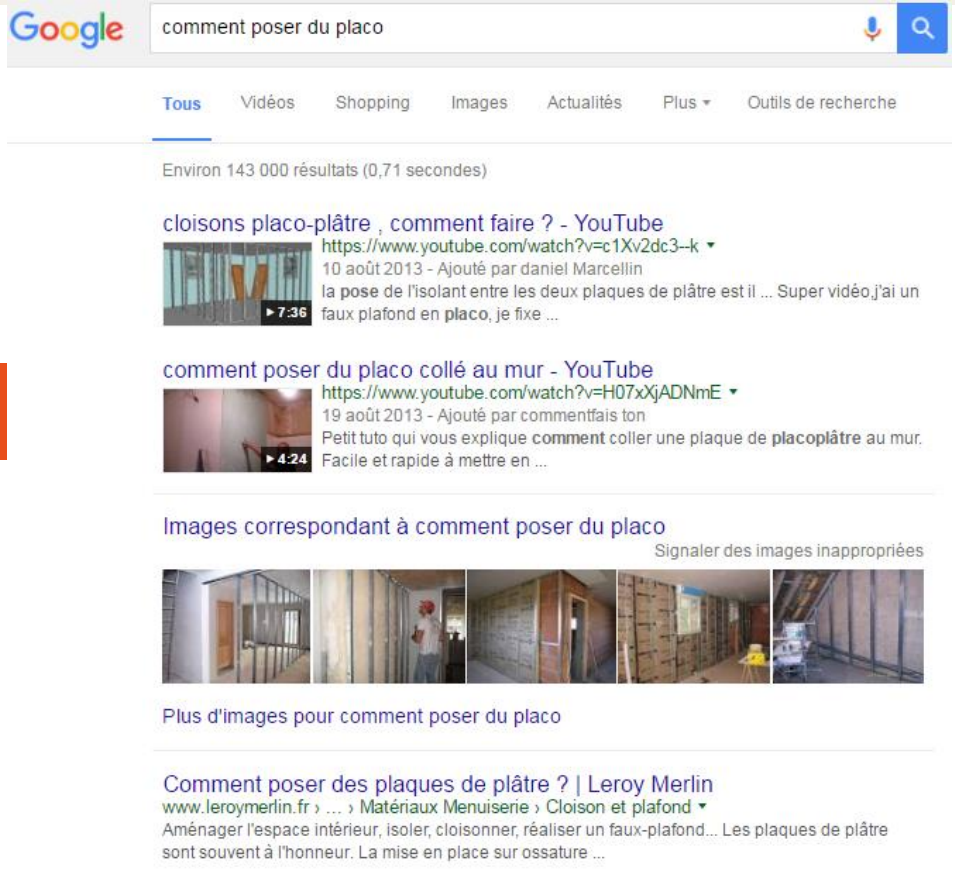
INTÉGRER LES DONNÉES DE RECHERCHE UNIVERSELLE
DE SON SECTEUR DANS LE MONITORING SEO

Requête « normale »



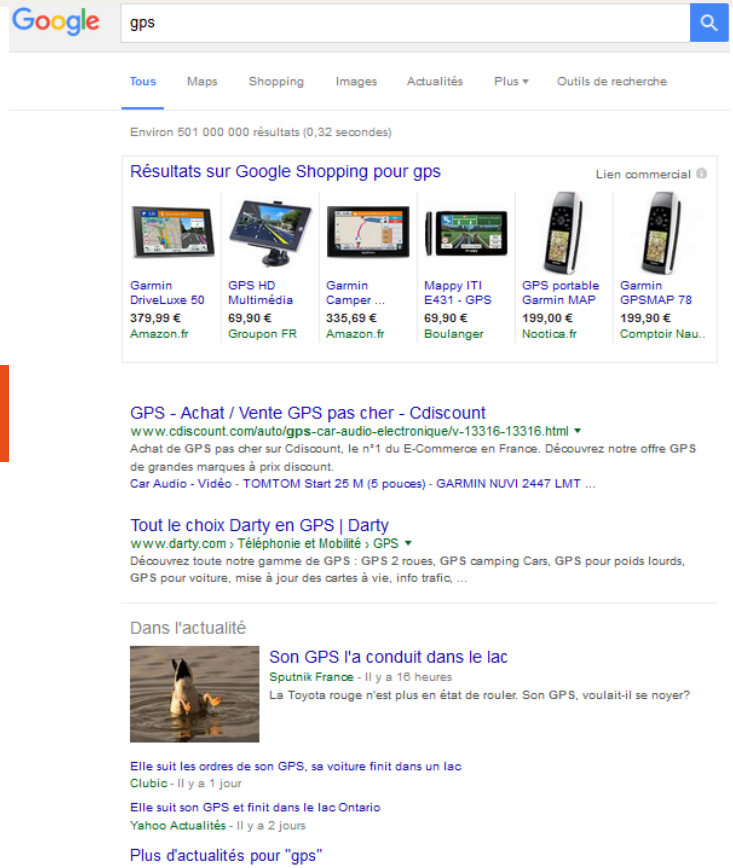
INTÉGRER LES DONNÉES DE RECHERCHE UNIVERSELLE
DE SON SECTEUR DANS LE MONITORING SEO

Requête RU
Vidéo / Image



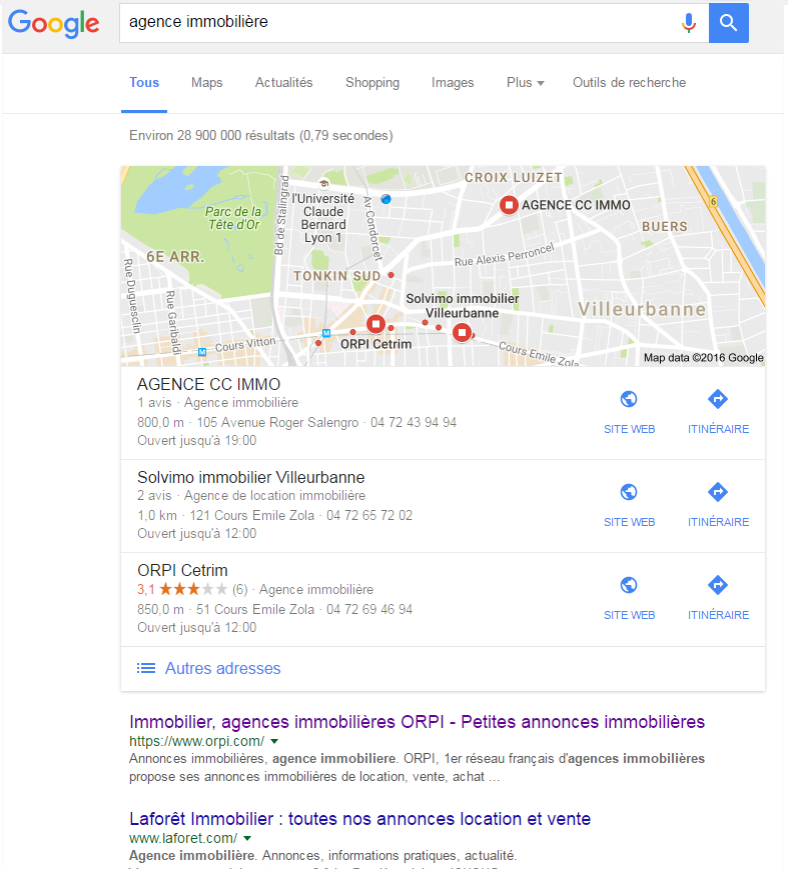
INTÉGRER LES DONNÉES DE RECHERCHE UNIVERSELLE
DE SON SECTEUR DANS LE MONITORING SEO

Requête RU
News parasite



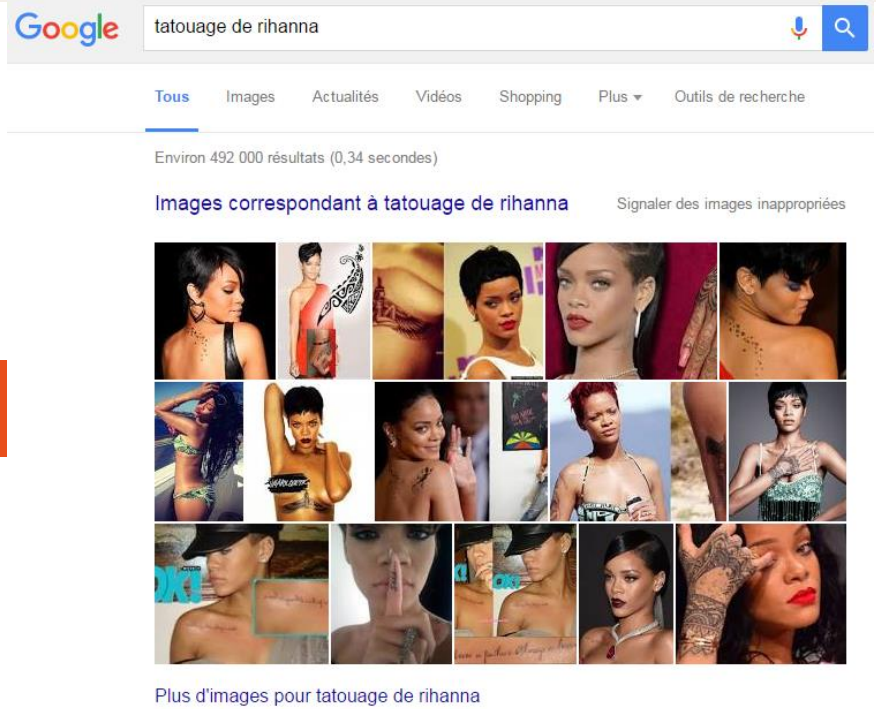
INTÉGRER LES DONNÉES DE RECHERCHE UNIVERSELLE
DE SON SECTEUR DANS LE MONITORING SEO

Requête RU Maps



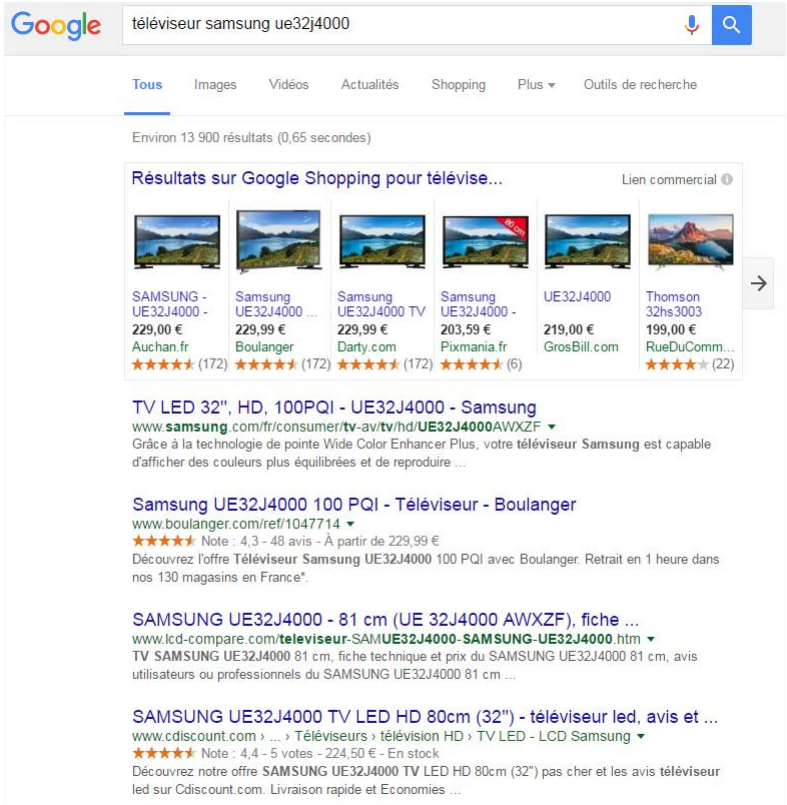
INTÉGRER LES DONNÉES DE RECHERCHE UNIVERSELLE
DE SON SECTEUR DANS LE MONITORING SEO

Requête RU Image +++



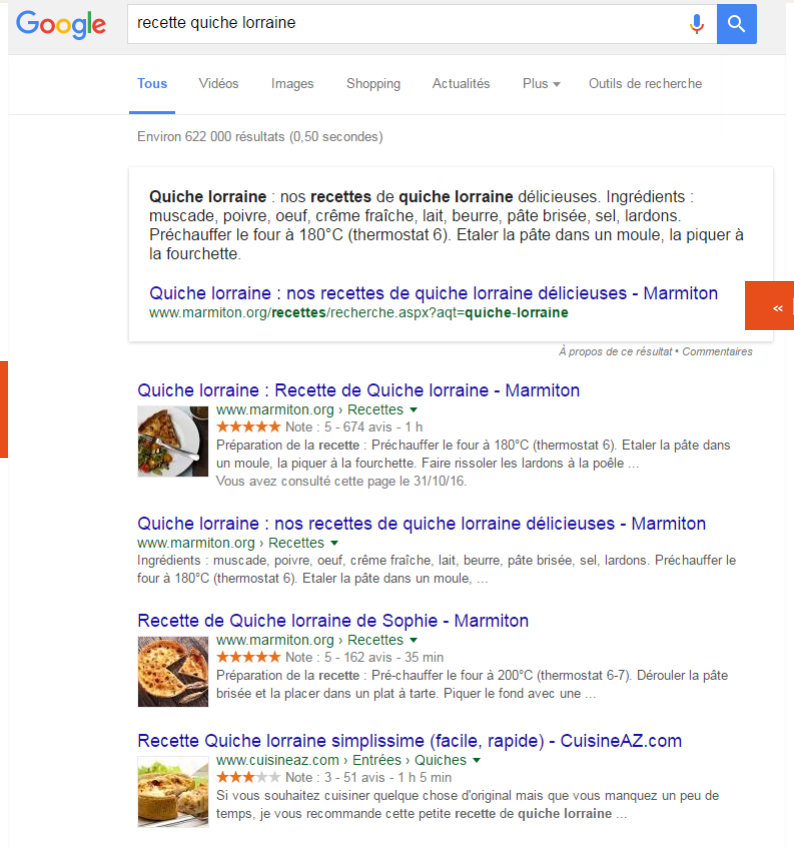
INTÉGRER LES DONNÉES DE RECHERCHE UNIVERSELLE
DE SON SECTEUR DANS LE MONITORING SEO

Requêtes RU
Rich Snippets



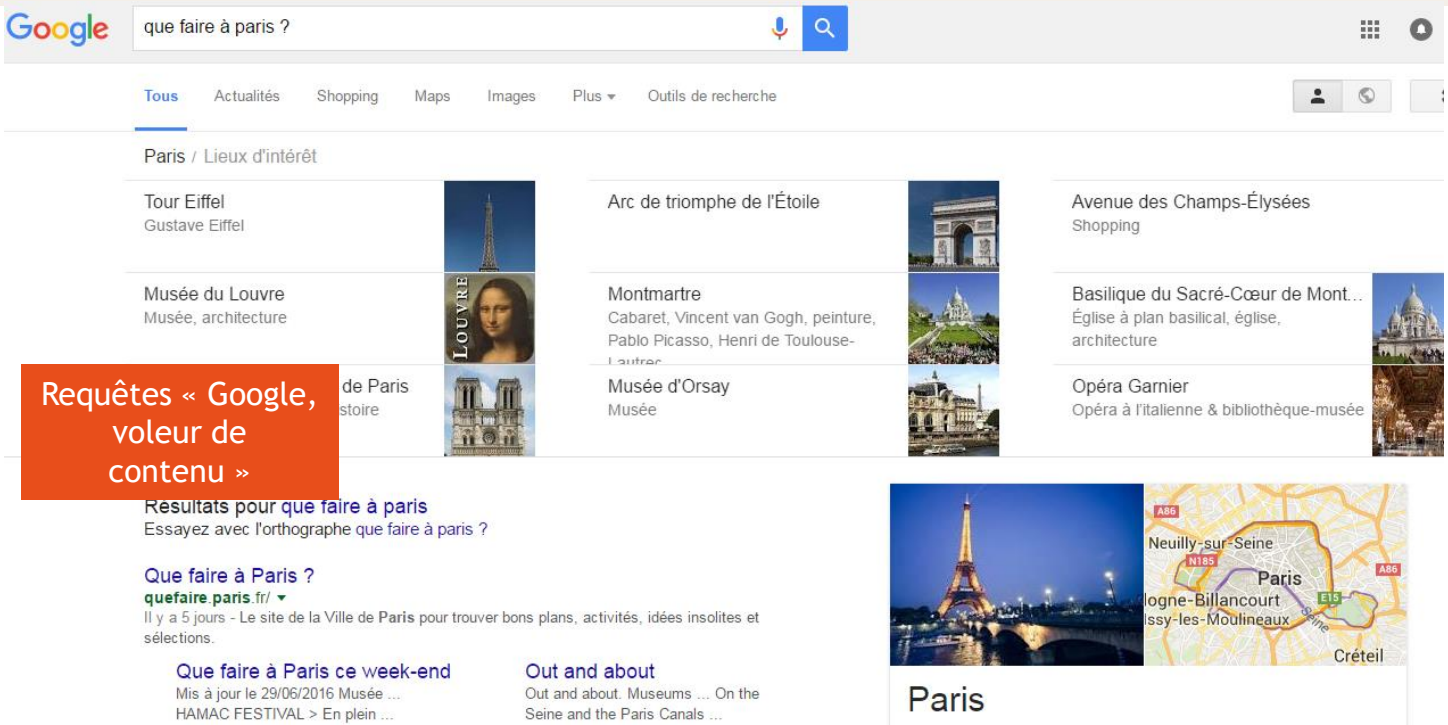
INTÉGRER LES DONNÉES DE RECHERCHE UNIVERSELLE
DE SON SECTEUR DANS LE MONITORING SEO

Requêtes RU/RS
+ Featured snippet



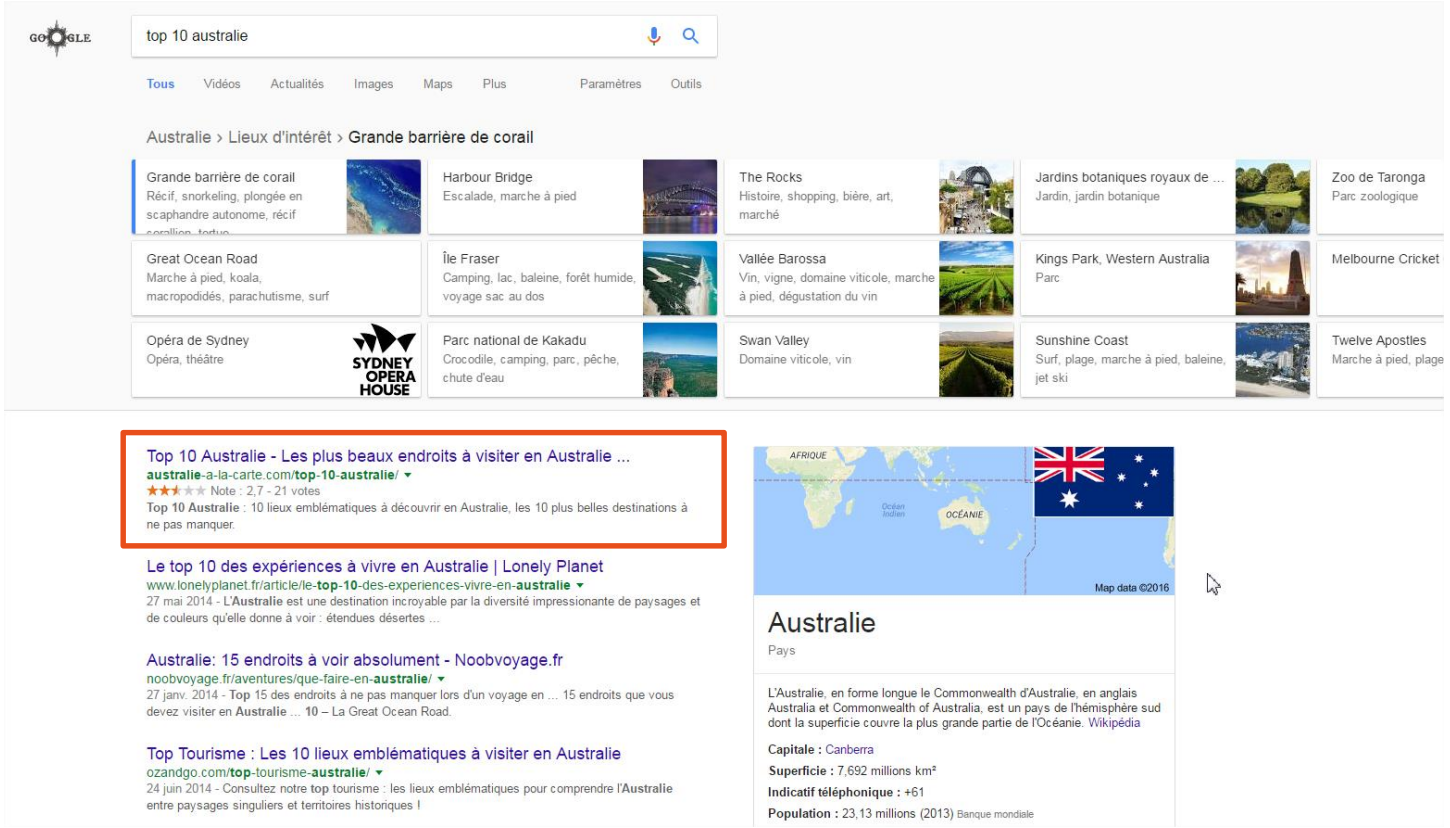
« Position 0 »

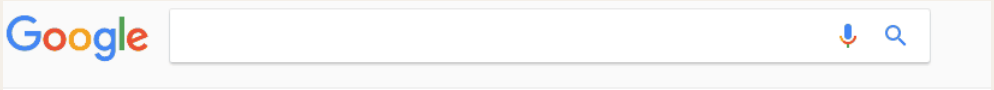
INTÉGRER LES DONNÉES DE RECHERCHE UNIVERSELLE
DE SON SECTEUR DANS LE MONITORING SEO



GOOGLE MOTEUR DE REPONSES ?

ORIENTER SA STRATEGIE SEO POUR EN TIRER PARTIE





ACTION REUSSIE NE CHANGE PAS LES VOLUMES DE RECHERCHE.
ELLE CHANGE LES CHEMINS D'ACCES AUX OFFRES.
NE PAS SE TROMPER SUR LES OBJECTIFS CHIFFRES !

RETROSPECTIVE 2016
CONTEXTE MOUVANT PAR NATURE

Février
- 4ème lien Adwords
- Lancement officiel de **Google AMP** (Accelerated Mobile Pages)

Avril
- Les **featured snippets** arrivent en France, la "position 0"

Mai
- Lancement de **Google Assistant** + Google home
- Lancement des 'Rich Cards' ('Cartes Enrichies') sur mobile

Aout
- Annonces contre les **interstitiels** sur mobile (10/01/2017 !)
- **Restrictions** de Google sur le **Planificateur** de Mots Clés Google Adwords
- Les contenus **AMP** sortent du carrousel, et peuvent "**investir la SERP**" sur mobile

Septembre
- Beaucoup de **soubresauts** dans les SERP :
- Google "**Possum**", MàJ non officielle impactant le local
- Google **Penguin 4** : Passage au temps réel

Novembre
- Google passe officiellement au **mobile first indexing**

LE SEO EN 2016 = 2017
LE MIX SEO

CONCURRENCE / CIBLES / OBJECTIFS / KPI
-
La stratégie SEO détermine le mix

SEO ONPAGE

Conformité technique
pour l'indexation **100%**

Valorise →

CŒUR DU SEO

Contenu riche unique
et stratégie éditoriale **ciblée**

Conduit à →

SEO OFFPAGE

Autorité, Netlinking
Partage social

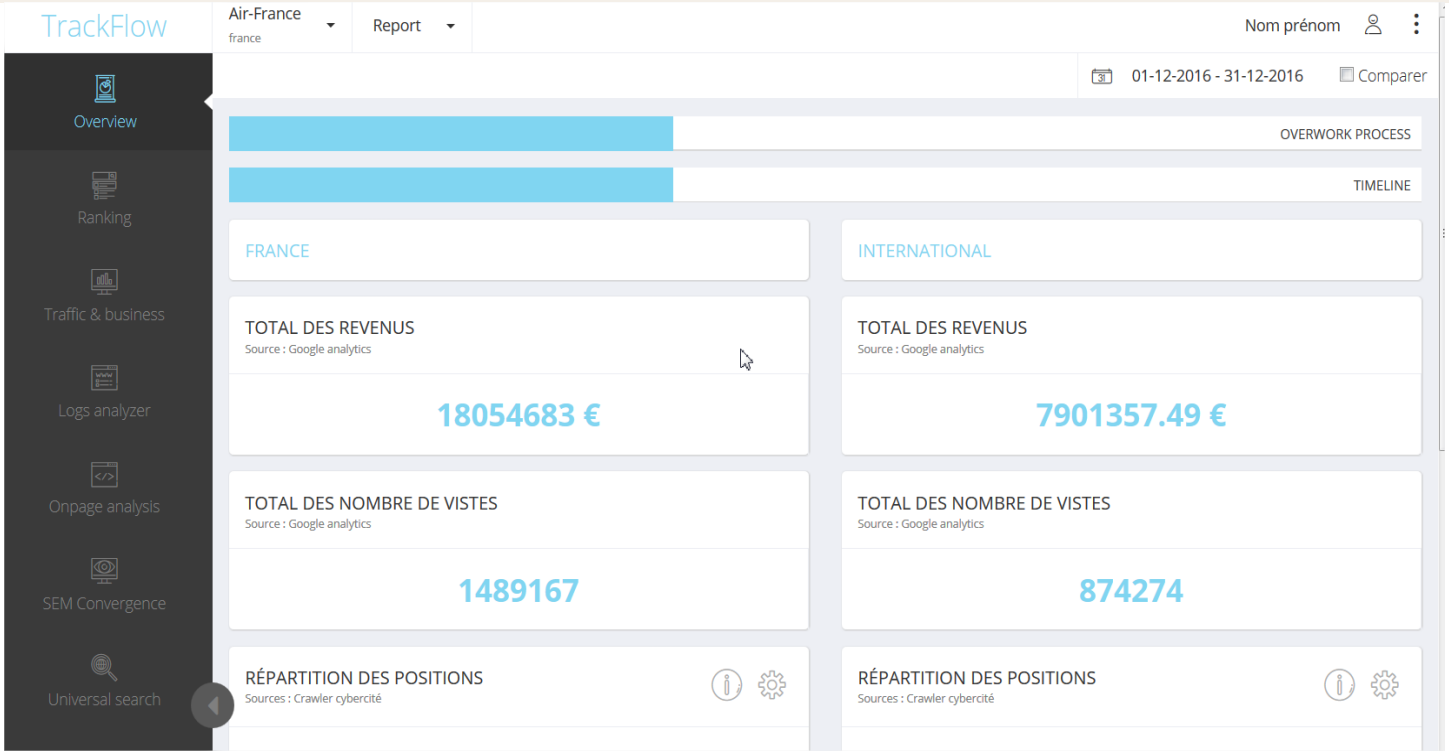
→ **POSITIONNEMENT > TRAFIC QUALIFIE > BUSINESS**

S'IL N'EN RESTAIT QU'UN ……

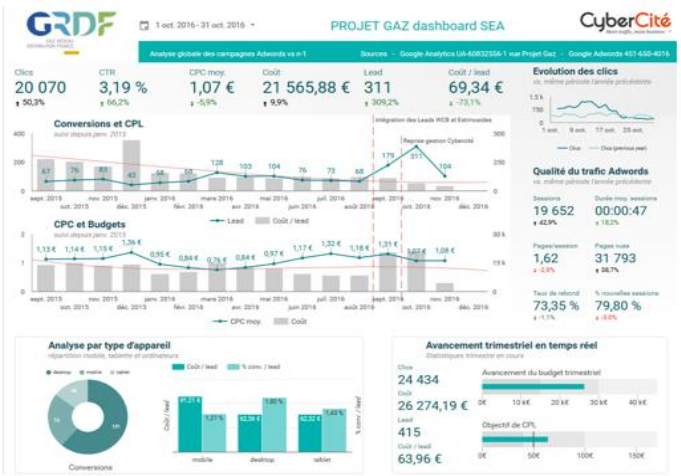
S'il ne fallait garder qu'une chose…

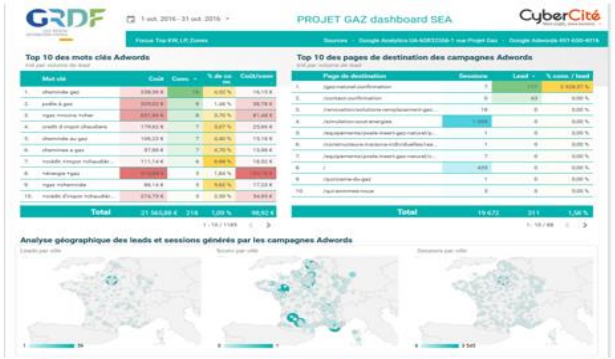
- Des liens variés, multisource
- Des liens diffusés dans le temps , régulièrement
- Des liens légitimes intégrés à la communication de l'entreprise (rh, social, tous supports…), diluant des liens plus agressifs

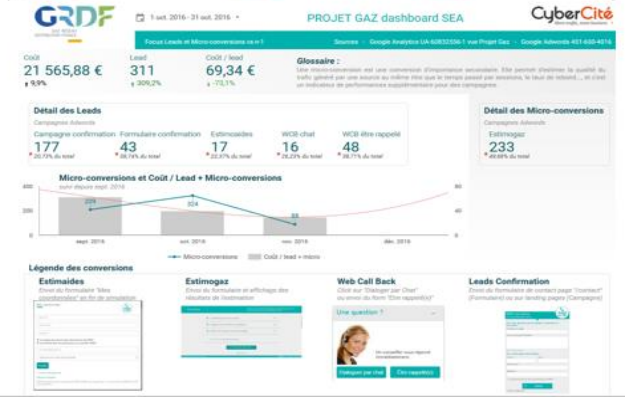
IMPORTANCE DE LA MESURE
DATA DRIVEN MARKETING



IMPORTANCE DE LA MESURE
DATA DRIVEN MARKETING



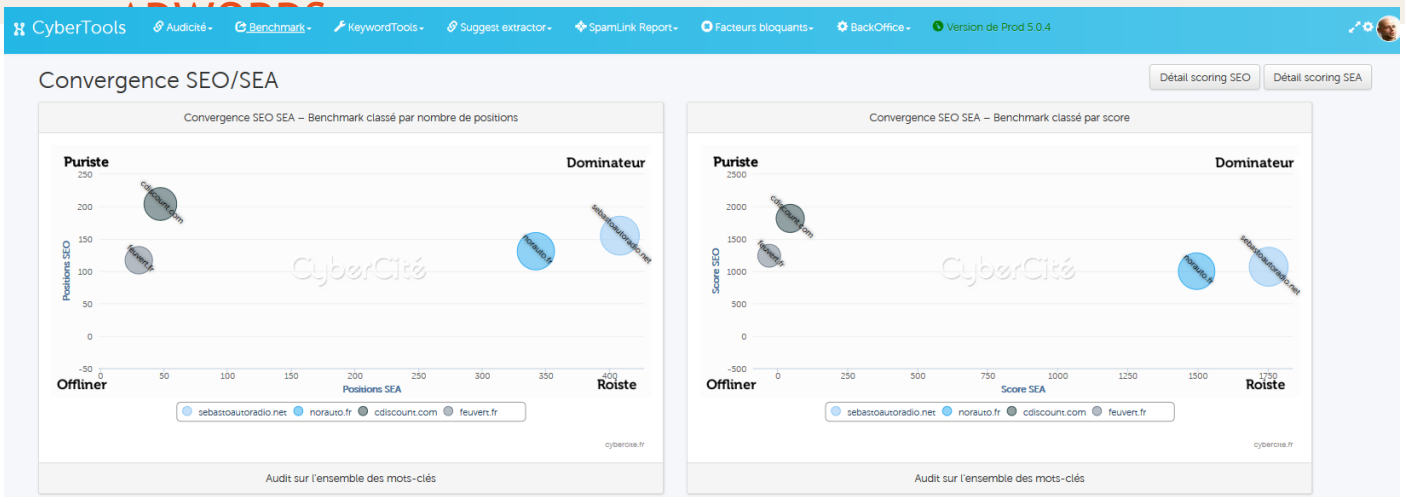




Google Data Studio

IMPORTANCE DE LA MESURE

BENCHMARK/ CONVERGENCE REFERENCEMENT &

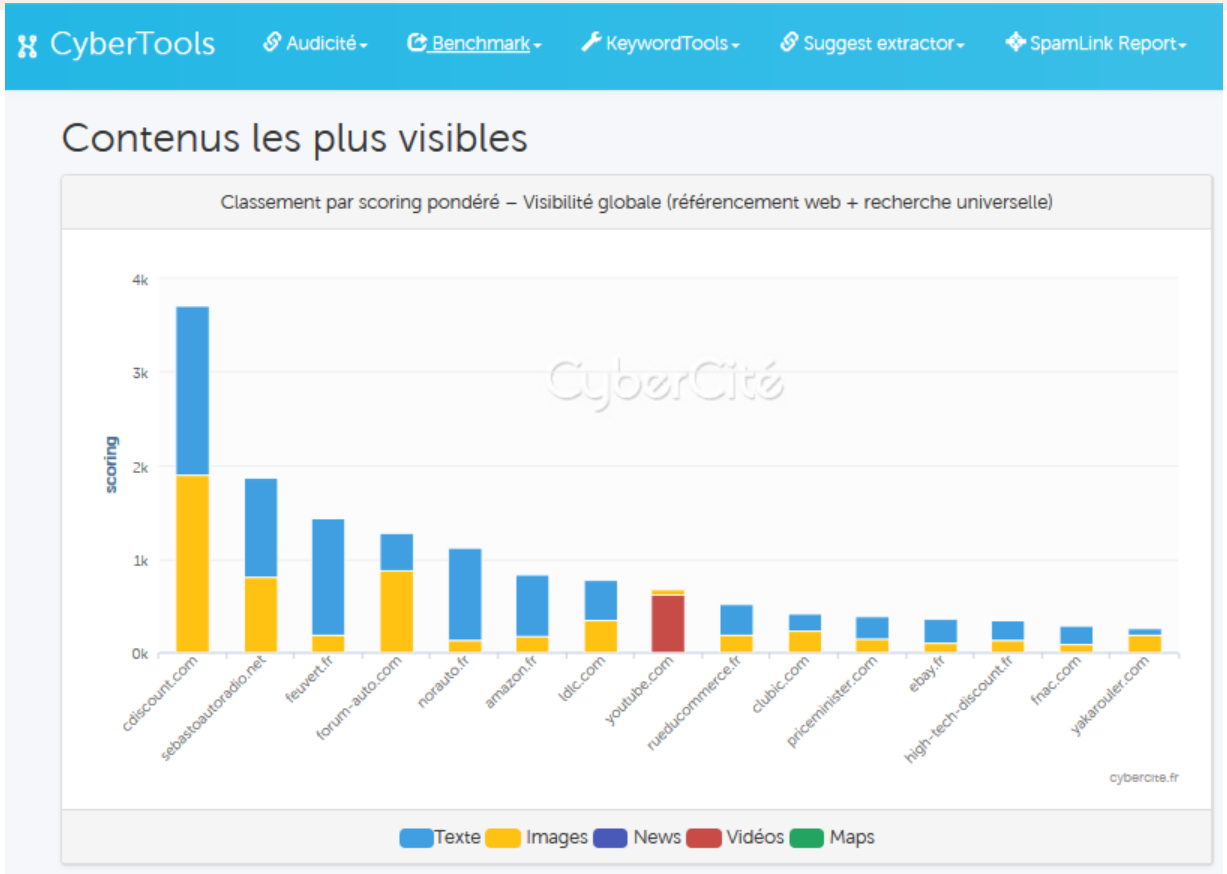


	% de mots-clé positionnés	Nombre de mots-clé	Nombre de position
Domaine **sebastoautoradio.net** - statistiques basées sur 150 mots-clés			
SEO	82.67%	124	155
SEA	78.67%	118	408
Convergence SEO/SEA	70.00%	105	--

Position moyenne SEO/SEA : **8.84/11.83**

Expressions	SEO	SEA
montage autoradio	4	1
sebasto autoradio	1	1
autoradio	15	19
autoradio alpine	6	1
autoradio gps	17	1
autoradio 1 din	17	6

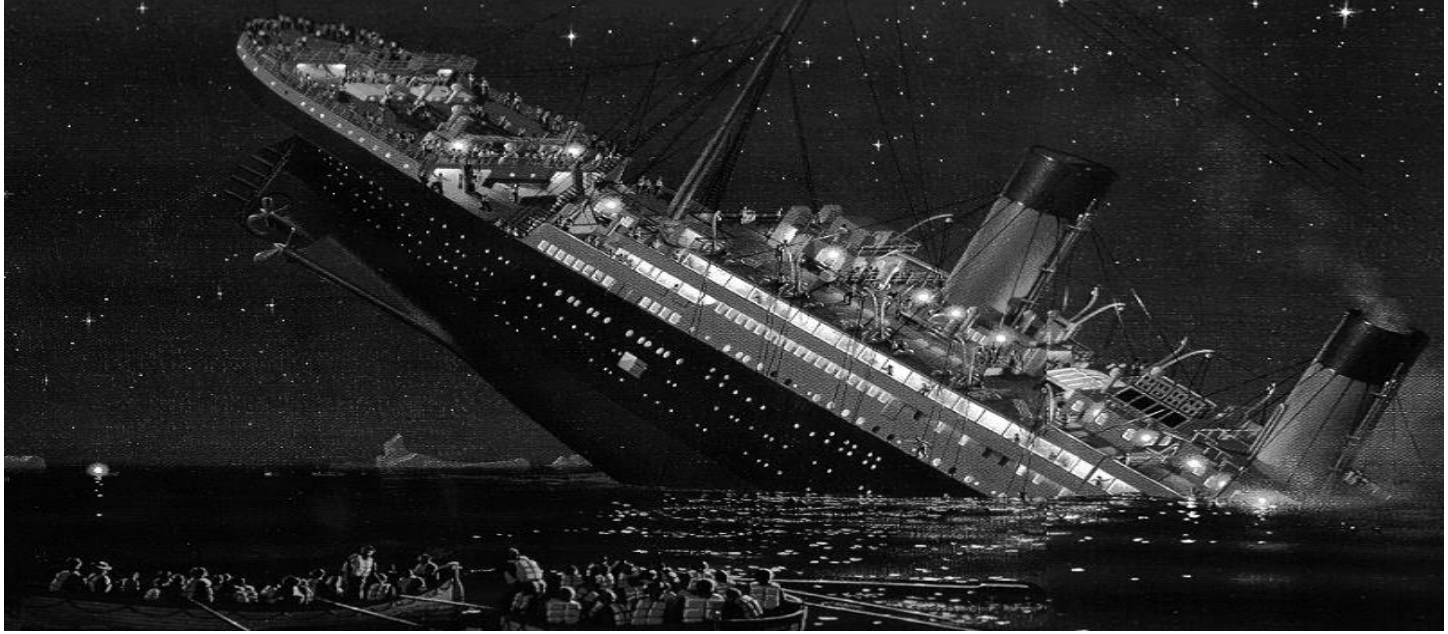
INTÉGRER LES DONNÉES DE RECHERCHE UNIVERSELLE
DE SON SECTEUR DANS LE MONITORING SEO



ETRE PERFORMANT OK, A QUEL PRIX ?

CONNAITRE LES REGLES ET COMPOSER AVEC

- Pénalité manuelle
- Pénalité algorithmique



PENALITES AUTO-INFLIGEES

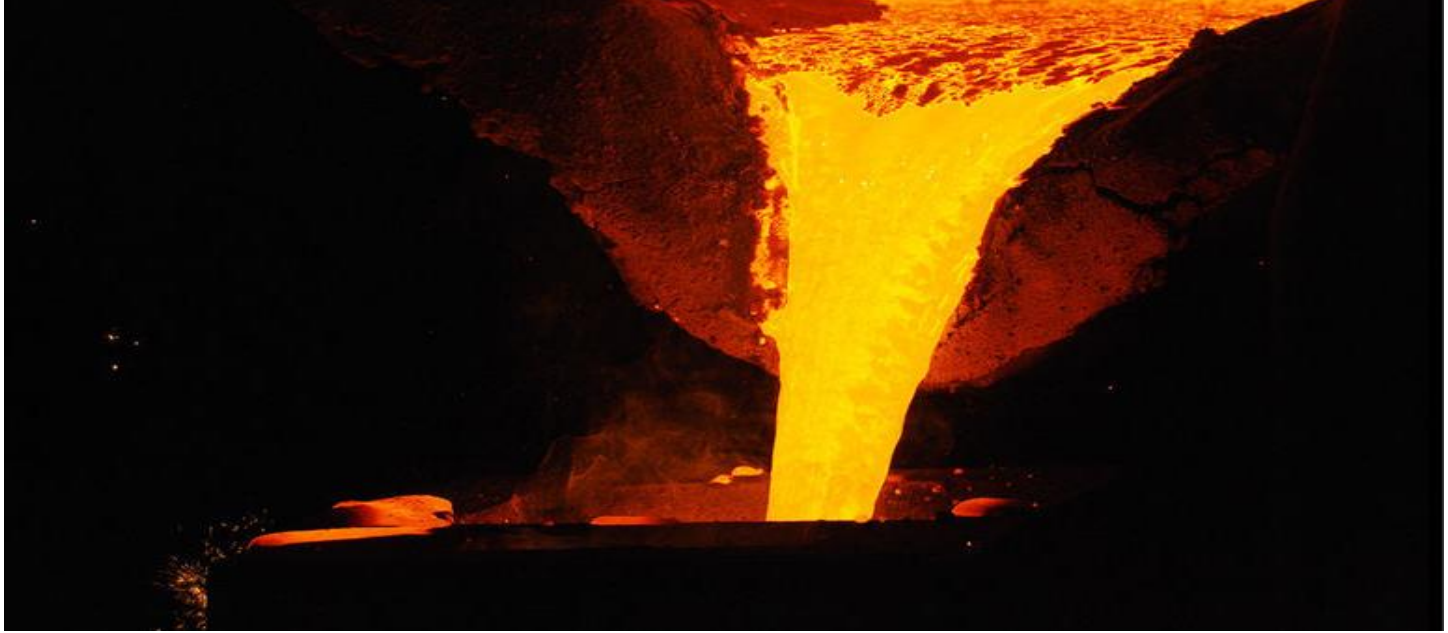
AIRBNB LIKE

Mobile pousse à la refonte / idem https / …

- → Refonte globalement plus risquée que pénalité Google (hygiène)
- → Des performances moindres sur des sites plus évolués…

Ne pas refondre à tout bout de champs

- → Stabiliser , capitaliser, évoluer…



TRANSFORMER L’OR EN PLOMB

Refonte ratée = baisse audience = difficulté économique - cf postulat 1

SUIVEZ L'ACTU DU SEO / SEA / ANALYTICS …

« Keep in touch ! »

@AgenceCybercite

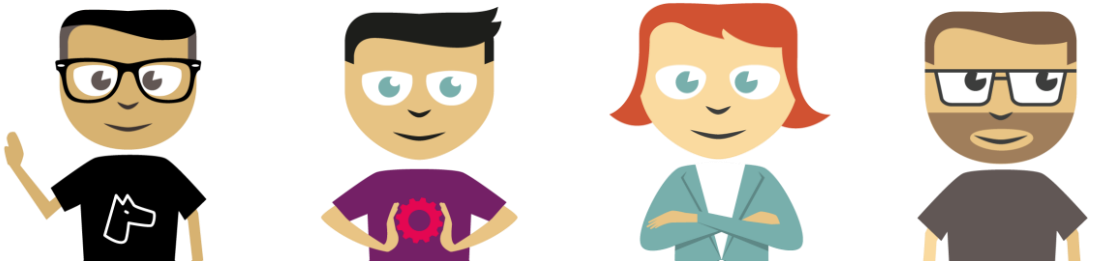
CyberCité
More traffic, more business

webmecanik

Stéphane Couleaud

CEO

@scouleaud



webmecanik

PREMIER ÉDITEUR FRANÇAIS DE SOLUTIONS MARKETING AUTOMATION EN MODE SAAS - CLOUD

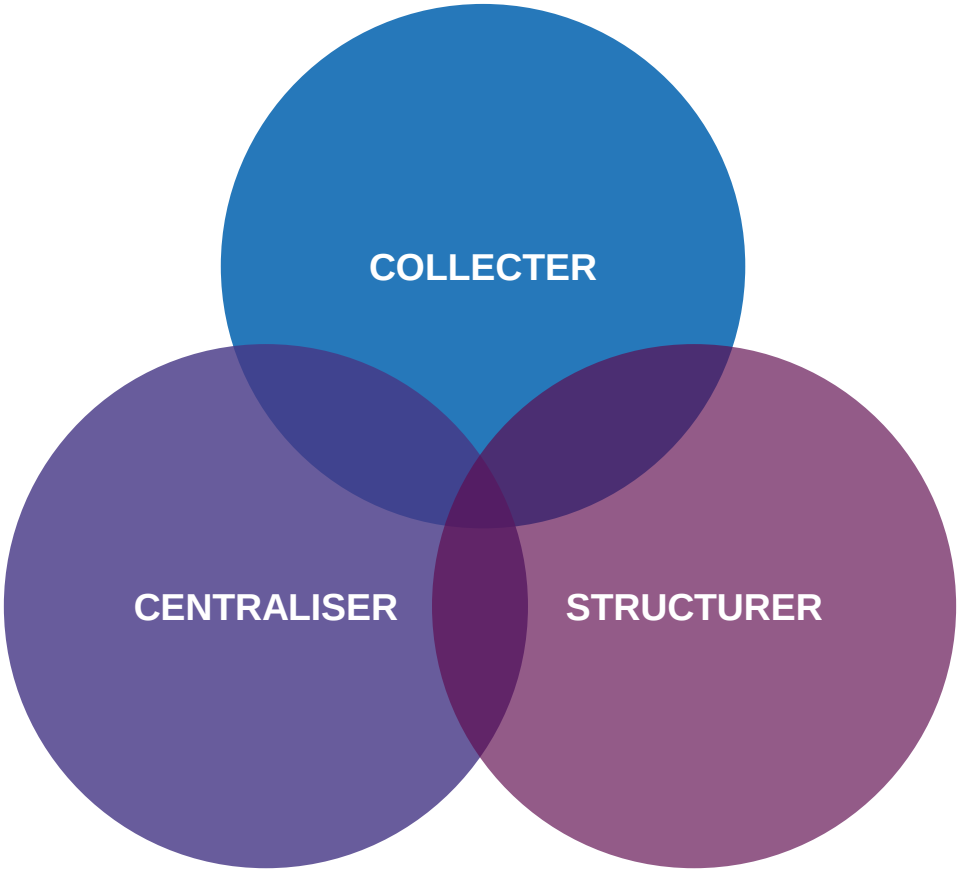
CRÉÉ AVEC FIERTÉ
EN PAYS DE SAVOIE

“

70% des entreprises sont confrontées à trop de données inutiles.

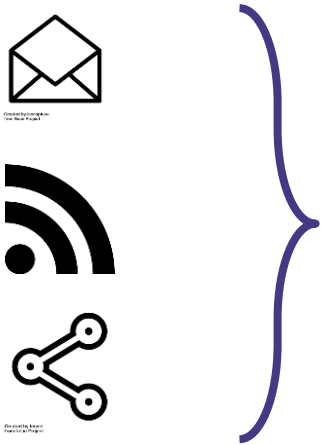
Source : Forrester Consulting, Big Data in Western Europe Today, 2015

Nécessité de centraliser les données clients



COLLECTER

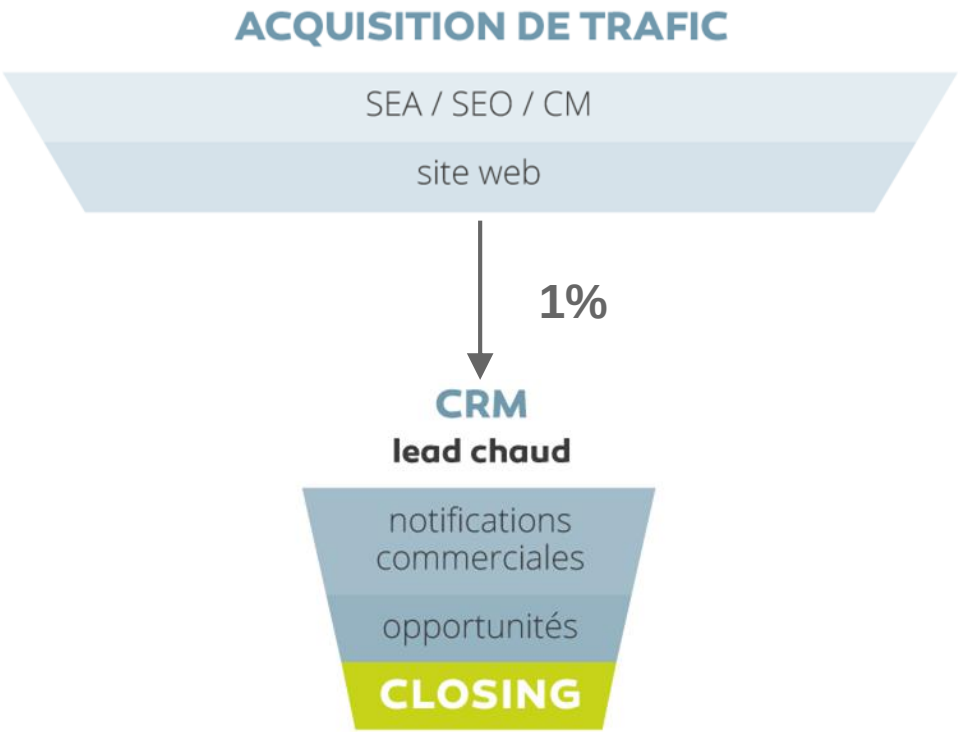
Site internet, blog, réseaux sociaux, newsletter...



Created by ✦ Shmidt Sergey ✦ from Noun Project

CENTRALISER

99% des visiteurs ne convertissent pas



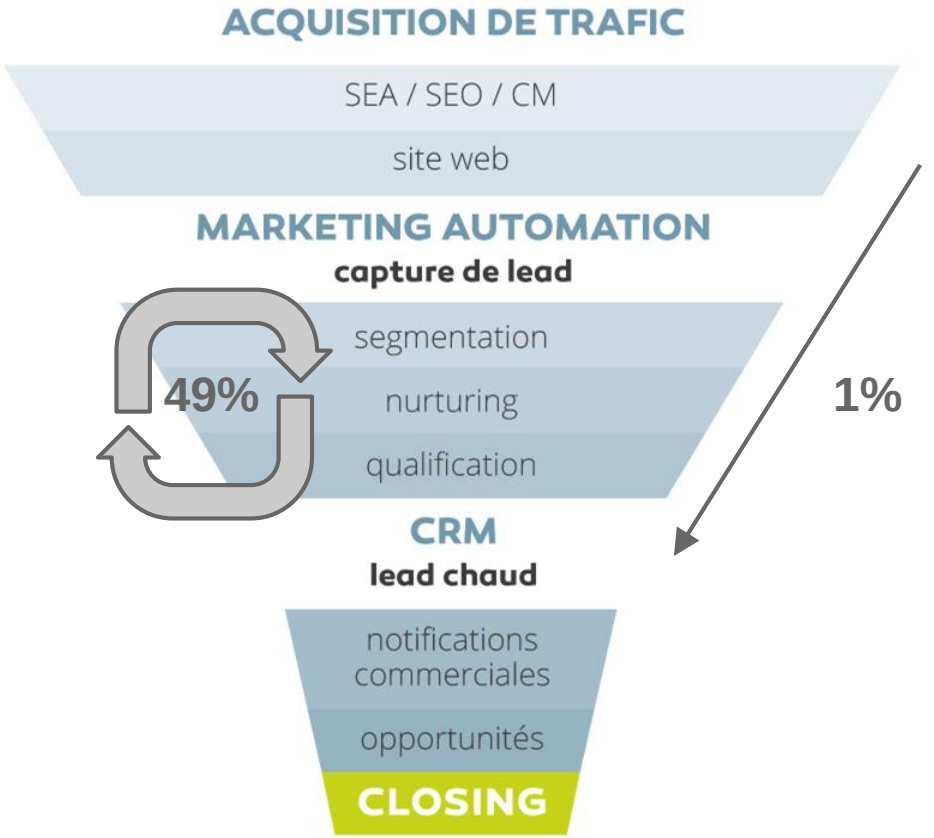
webmecanik
marketing automation software

“ **41% des internautes ne terminent pas leur commande car ils ne sont pas prêts à acheter maintenant, mais ils le feront prochainement !**

- Prestashop

STRUCTURER

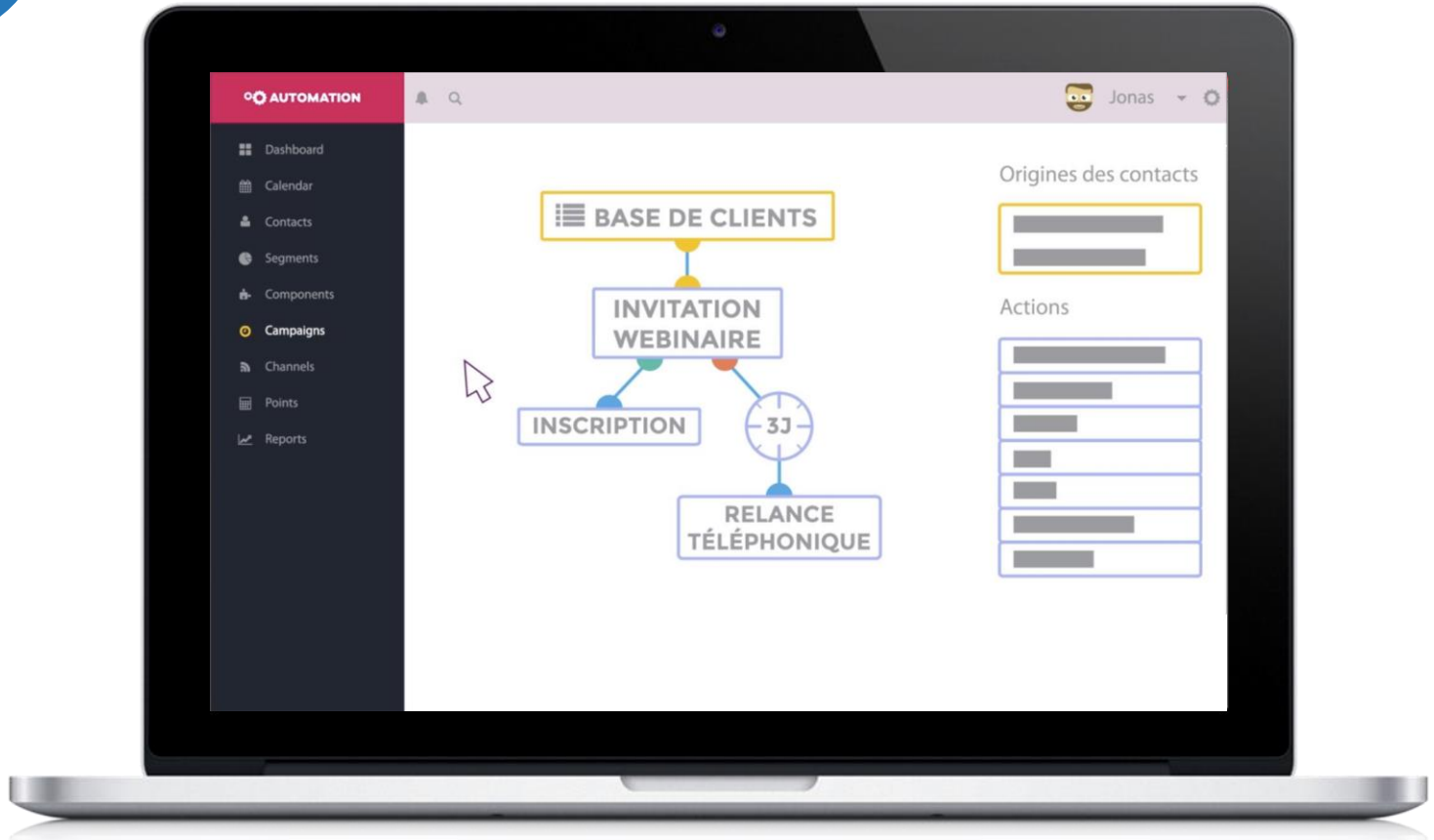
Conversion en prospect



webmecanik
marketing automation software

COLLECTER

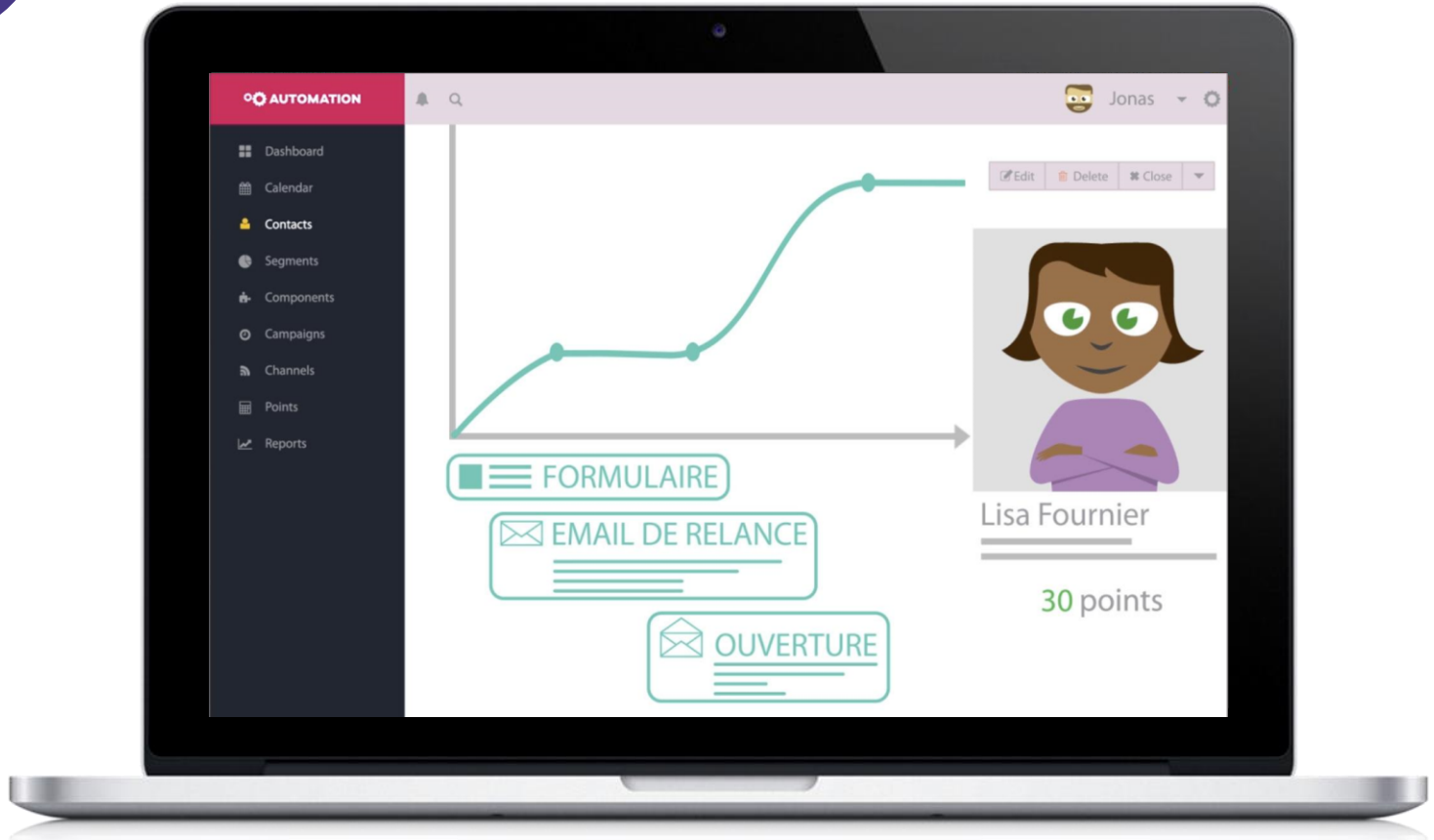
Scénariser la relation



webmecanik
marketing automation software

CENTRALISER

Analyser rapidement les données reçues



webmecanik
marketing automation software

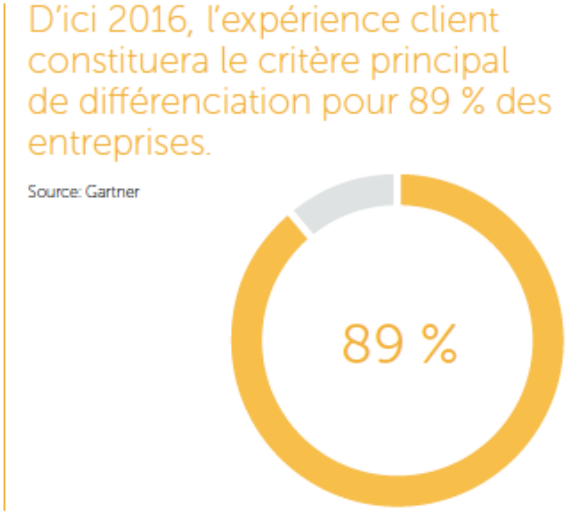
STRUCTURER

Donnée structurée, prête à être exploitée

webmecanik
marketing automation software

“by 2020, customers will manage 85% of their brand interactions without ever talking to a human being .

Source : Smart Insights - 2016

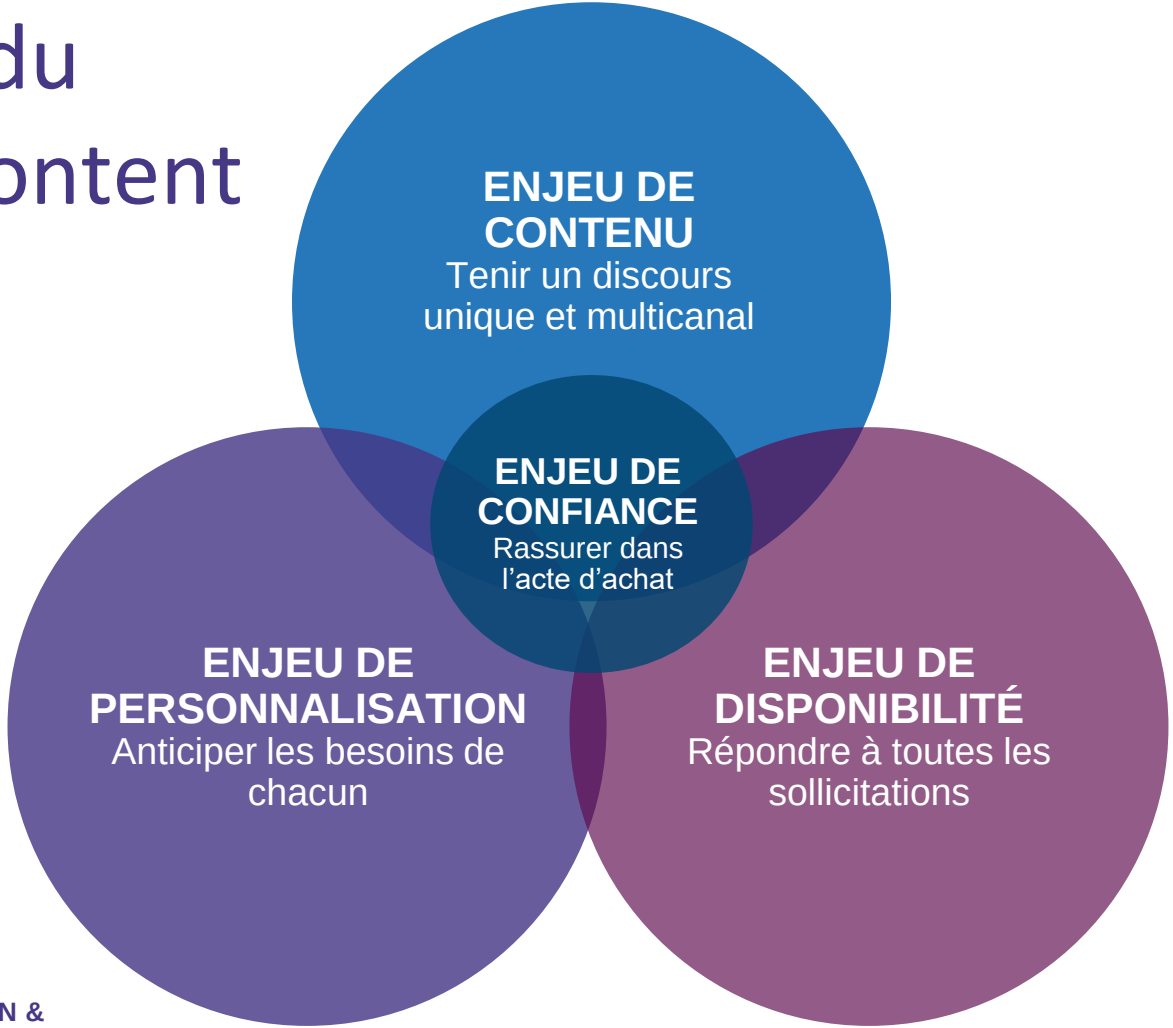


webmecanik
marketing automation software

“ **60% des acheteurs s’intéressent à un produit après avoir lu un contenu le concernant.**

- UFC Que Choisir

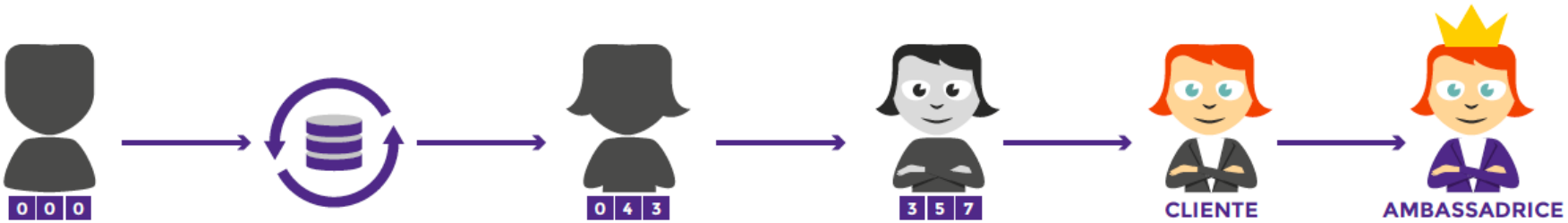
L’enjeu du Brand Content



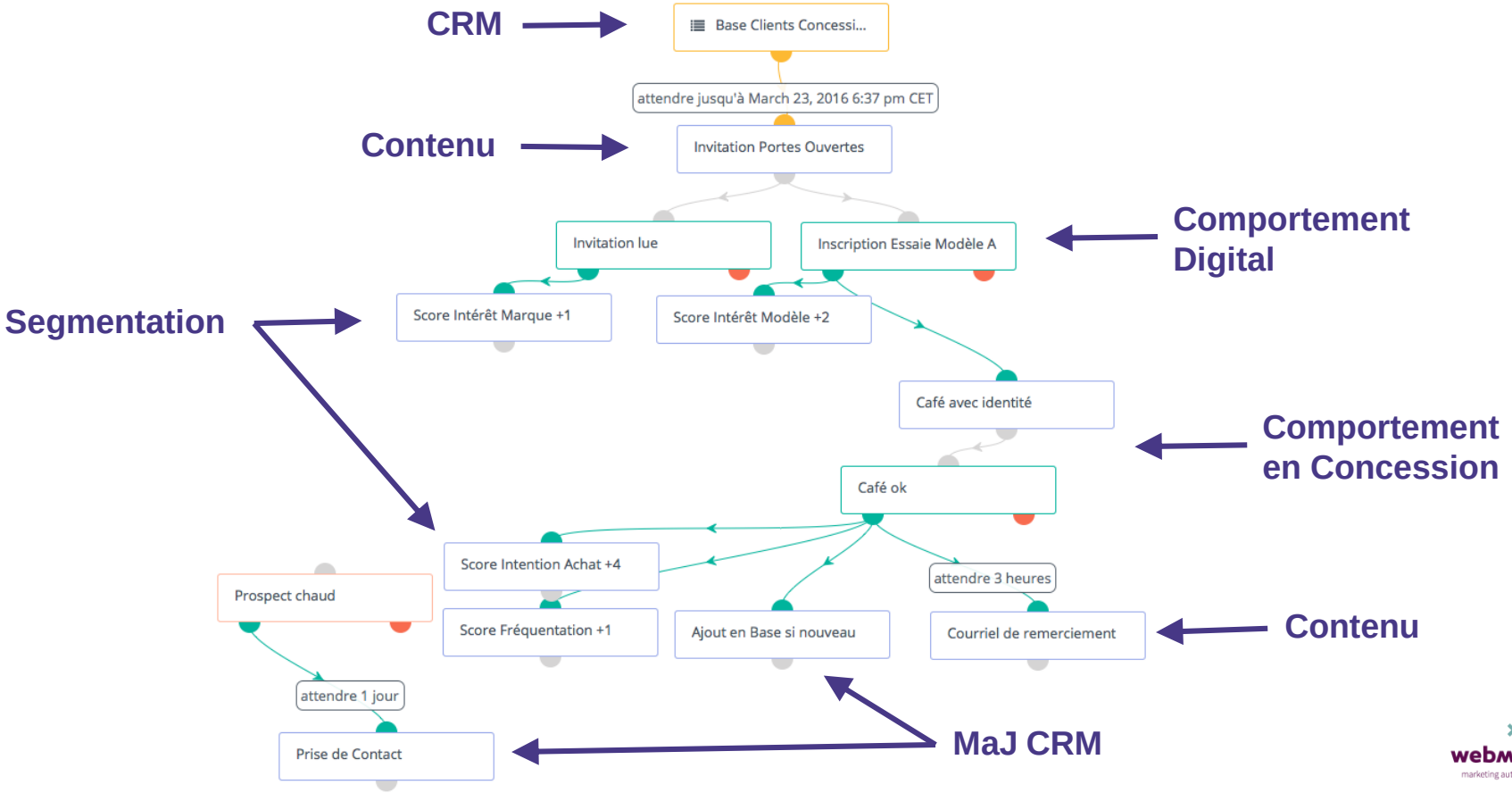
webmecanik
marketing automation software

“Automatiser la relation client permet de gérer 80% des contacts.

Source : Bulldog Solutions



Customer Journey Scenario



webmecanik
marketing automation software

Cas T-System

Agences
Aressy & Indexel

T · · Systems ·

Le contexte

- Qualifier des centres d'intérêts sur SAP & le Cloud
- Augmenter la réactivité des commerciaux

Les actions

- Site de contenus ciblés
- Des contenus contextualisés
- Scoring des visiteurs
- Intégration au centre d'appels pour requalification

+ 63%
Nouveaux Contacts

+ 300%
Téléchargements

15%
Conversions en lead

webmecanik

Un exemplaire de notre livre blanc vous attend

webmecanik.com > logiciel > ressources

“Management et synchronisation de la donnée, la clé du marketing raisonné

PASSONS AUX
QUESTIONS !