

La plateforme de logiciel-service (SaaS) de Velocity et Kenshoo réduisent le CPL grâce à un modèle d'attribution intercanal



ET



CONTEXTE

SONUS

Sonus Hearing Care Professionals appartient à la société de services acoustiques la plus importante d'Amérique du Nord. Depuis 2002, Sonus est membre du groupe Amplifon, leader mondial des distributeurs et prestataires de services de soins auditifs dont le siège est à Milan. En juin 2012, Sonus a engagé SIM Partners, un fournisseur de services d'automatisation du marketing basé à Chicago. La technologie SIM Partners (connue sous l'appellation de Velocity™) permet aux marques nationales d'optimiser les recherches sociales, locales et mobiles au niveau du site. Le programme couvre une multitude de stratégies marketing locales, y compris des campagnes de Search payant nationales et au niveau des franchises à l'aide de la plateforme Kenshoo.

DÉFI

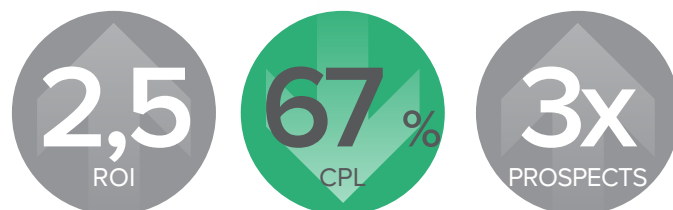
Sonus Hearing Care ne disposait pas d'une solution marketing capable de générer des prospects au niveau du site pour tous ses franchisés. La société souhaitait non seulement générer du trafic de prospects de qualité, mais avait également besoin d'une solution évolutive, automatisée, personnalisable, conforme et surtout capable de fournir un bon retour sur investissement. Une difficulté s'est présentée lorsque nous avons compris que l'audience cible clé de Sonus correspondait à une catégorie de population spécifique présentant des besoins particuliers et que le BSSC (Business Services and Support Center) devait être en mesure de fournir à ses sites des contenus marketing conformes aux standards de l'industrie pour stimuler leurs conversions locales.

SOLUTION

SIM Partner's Velocity™ combiné à **Kenshoo** donne aux sites Sonus la capacité de cibler leurs clients clés avec : un contenu hyperlocal, des pages de destination personnalisées, pages mobiles, publicités payantes, distribution de flux de données, optimisation de moteur de recherche, optimisation locale etc. Les franchisés savent désormais que leurs clients disposent de plusieurs canaux pour trouver Sonus. De plus, tous les appels et les prospects provenant de ces canaux sont suivis et signalés en retour à Sonus pour lui permettre de surveiller les performances.

RÉSULTATS

Velocity et Kenshoo ont lancé Sonus à l'automne 2012. Depuis cette date, les performances jointes des deux plateformes hyperlocales ont réduit le CPL mixte des sites Sonus de 67 %. Le programme a généré plus de trois fois le nombre de prospects qualifiés anticipés et dépasse les cibles de CPL ! Le programme Velocity de SIM Partners combiné à la plateforme Kenshoo garantit à Sonus un retour sur investissement de 2,5.



La plateforme de logiciel-service (SaaS) de Velocity et Kenshoo réduisent le CPL grâce à un modèle d'attribution intercanal

« SIM Partners a dépassé toutes nos attentes. Ils pensent, réparent, ajustent, exécutent et produisent plus vite que je n'aurais pu le concevoir avec une équipe interne. Encore mieux, ce sont de véritables partenaires commerciaux. Notre relation va bien au-delà de celle qui unit le fournisseur et son client. Ils apportent toujours ce petit plus, cette créativité infiniment appréciable pour trouver des solutions aux problèmes. Dès le début, notre ROI a été très satisfaisant et n'a pas cessé de s'améliorer. En toute honnêteté, la meilleure décision de partenariat que Sonus ait prise pour sa stratégie en ligne d'entreprise et de site. »

Elizabeth Rossini

Directrice du marketing - Sonus

