



CHAPITRE 2 : LE CALL TRACKING

Le call tracking est un outil technique qui permet d'effectuer différentes actions intéressantes pour développer certains business et pour les analyser.

C'est ce que nous allons voir dans ce chapitre.

1) Le call tracking pour créer des scénarios de répondeur

Les outils de call tracking (Dexem, Optico, autres) peuvent vous permettre de mettre en place des scénarios de répondeurs lorsque vous ne pouvez pas répondre au téléphone.

Pour cela il vous faudra après avoir choisi votre prestataire mettre en place un scénario d'action que le client pourra faire si vous ne pouvez pas répondre et qui pourra si besoin le rediriger vers un lien de votre site internet ou d'une market place où il pourra effectuer sa réservation.

Le lien du site internet pourra lui parvenir par sms ou mail.

Cet outil est particulièrement adapté pour les structures vendant en B TO C

Ces outils vous fourniront un tableau de statistiques du nombre de personnes ayant utilisé vos différentes options.

Exemple :

Pour un restaurant :

Une voix vous dit bonjour et vous propose les solutions suivantes :

- pour réserver une table, taper 1
- pour vous faire livrer : taper 2
- pour réserver une salle du restaurant pour un anniversaire ou repas d'entreprises taper 3

Le fait de taper 1 permettra à vos clients de recevoir un lien par sms lui permettant de réserver directement une table.

Le fait de taper 2 permettra à vos clients de réserver un menu en particulier sur votre site internet ou sur une market place. (il pourra ainsi indiquer le lieu de livraison)

Le fait de taper 3 permettra à vos clients d'être redirigé sur une page de votre site internet où il pourra être renseigné sur les prestations proposées pour les événements et où il pourra renseigner la date souhaitée ainsi que le nombre de personnes présentes afin d'obtenir un devis.

2) Le call tracking pour tracker la provenance de vos clients

Le call tracking peut aussi vous permettre de savoir d'où vos clients viennent.

Dans ce cas l'on utilise des numéros de téléphones tracé.

Ainsi vous pourrez disposer des numéros de téléphone tracés sur vos diverses sources diffusions tels que :

- vos flyers
- votre page Google My Business
- sur les pages de ventes de vos publicité Facebook, Instagram, Twitter ou LinkedIn
- sur les pages de ventes de vos publicités Google Adwords
- sur les markets places ou vous vendez vos produits ou prestations

L'intérêt de ce système est que lorsque qu'un client vous appellera, l'outil de call tracking vous indiquera de quelles sources de trafic vos clients proviennent.

Cela vous permettra d'analyser l'efficacité de vos actions marketing.

