

LA MENUISERIE JANNEAU BOOSTE SA RELATION CLIENTS PAR LE LEAD

mercredi 18 mai 2022

Comment un industriel peut-il maîtriser et mieux gérer sa relation avec le client final ? C'est la question que s'est posée la menuiserie ligérienne Janneau (siège : Loroux-Bottereau ; 600 collaborateurs sur 4 sites industriels). « Dans un modèle BtoBtoC, l'industriel perd souvent la main sur la relation client, car il transmet la demande à un partenaire qui, lui, est chargé de vendre et d'installer le produit », constate Patrice Giraudon, conseiller en relation client pour l'agence SmartCX.

Le fabricant de portes et fenêtres en aluminium a donc souhaité mieux alimenter son réseau d'artisans et partenaires revendeurs, et d'autre part développer sa notoriété. Pour cela, il a fait appel à l'agence média Mediacompact Nantes dirigée par Marc Fauchreau. Avec SmartCX, elle a mis au point une stratégie de lead.

« Adopter les méthodes du e-commerce »

« Pour générer du lead, la première étape c'est la campagne de pub en télé, radio, sur le net, afin de générer une notoriété naturelle », explique Marc Fauchreau. Ensuite, les clients qui vont visiter le site de Janneau pourront faire une demande de devis en ligne.

« Avant, la demande était transmise directement aux partenaires, mais 30 à 40% de ces leads ne sont en réalité pas qualifiés car ne correspondent pas au métier de Janneau, détaille Patrice Giraudon. Avec notre stratégie de lead mise en place désormais, nous allons intervenir avant de transmettre les leads aux artisans ».

Concrètement, SmartCX se charge de contacter les clients « quasiment en temps réel » grâce à son centre d'appel, pour qualifier le projet avec lui. « Nous adoptons les codes du e-commerce en jouant sur la rapidité, poursuit-il. Cela participe en même temps à travailler l'image de marque de Janneau. Le client a affaire à un vrai service consommateur, qui manque habituellement aux industriels. »

Ensuite, l'objectif est de suivre la chaîne de contact pour savoir ce qu'est devenu le lead. SmartCX réalise un véritable tracking pour vérifier si les partenaires ont été réactifs et ont effectué réellement les travaux. A la clé, pour la menuiserie, il y a du chiffre d'affaires supplémentaire. Et pour l'artisan aussi, puisqu'il bénéficie directement de leads qualifiés !

« En mettant le client et le partenaire au centre de la relation, Janneau a fait en 18 mois un bond de dix ans en relation client », estime Marc Fauchreau.

Cliquez sur cet encart pour voir sa fiche :