

# Paritel réduit ses coûts d'acquisition Google Ads de 20% avec Dexem Call Tracking



**Activité :**  
Télécommunications

**Site Web :**  
paritel.fr

**Produit utilisé :**  
Dexem Call Tracking

Depuis 1991, Paritel accompagne les petites et moyennes entreprises françaises avec des solutions de télécommunications. 25 ans après, l'opérateur est leader auprès des TPE et PME dans l'Hexagone, avec 40 agences gérant au total près de 34 000 clients actifs et 385 000 utilisateurs.

Pour répondre aux demandes des professionnels et aux évolutions technologiques, Paritel a diversifié et enrichi ses activités, et dispose aujourd'hui d'une gamme complète de services : téléphonie fixe et mobile, Internet, solutions de paiement et de vidéosurveillance.

## Challenge

Les nouveaux usages numériques poussent les entreprises à investir de plus en plus dans des leviers de marketing digital pour générer des leads. Dans ce contexte, les équipes marketing de Paritel oeuvrent dans un état d'esprit data-driven, et suivent "une politique marketing digital très orientée ROI", d'après Donya Laidoudi, Responsable Digitale chez Paritel.

Désirant "mesurer la rentabilité par groupe de mot-clés, voire mot-clé par mot-clé pour mieux investir", Paritel souhaite suivre avec précision les conversions par formulaire et par téléphone issues de ses campagnes de liens commerciaux.

En plus des données de suivi des formulaires online, les équipes marketing de Paritel ont donc besoin "de pouvoir identifier et analyser les appels obtenus via des campagnes de liens commerciaux".

*"Nous recherchions un outil nous permettant d'attribuer et d'analyser facilement les appels téléphoniques entrants."*

Donya Laidoudi  
Responsable Digitale

# Solution

---

Pour répondre à son besoin, Paritel a sélectionné Dexem Call Tracking. L'opérateur a mis en place du call tracking dynamique par session visiteur sur son site Internet. Avec sa fonctionnalité d'Insertion Dynamique de Numéros, ce niveau avancé de suivi des appels permet à Paritel d'afficher dynamiquement un numéro de téléphone unique à l'utilisateur sur ses différentes landing pages et pages produits.

De cette manière, à chaque fois qu'un visiteur appelle sur le numéro de tracking qui lui est affiché, Paritel identifie de quels source de trafic, campagne, groupe d'annonces et mot-clé Google Ads il est issu, et dispose de data détaillées sur son parcours avant appel.

Avec l'intégration Google Analytics et Google Ads, l'ensemble de ces données d'appel est agrégé avec les data Web de l'opérateur dans un seul et unique espace. Paritel croise et analyse ainsi facilement l'ensemble de ses données Web Analytics.

# Résultats

---

Avec Dexem Call Tracking, Paritel dispose des mêmes informations d'analyse sur ses formulaires online que sur ses appels entrants. Les équipes marketing attribuent ainsi les appels téléphoniques aux landing pages ou au site Internet, et aux différentes sources de trafic et campagnes Paid. De cette manière, Paritel calcule son coût d'acquisition client réel global et pour chaque canal, et mesure donc avec précision son retour sur investissement pour chacune de ses actions marketing.

Dans le cadre de leurs campagnes Google Ads, la solution de tracking par session visiteur permet de savoir quel mot-clé, groupe d'annonces ou campagne est à l'origine d'un appel. Les équipes marketing de Paritel disposent donc d'une visibilité sur les coûts d'acquisition au niveau de chaque mot-clé, et mesurent en détail le ROI et la rentabilité de ces derniers.

De cette manière, elles ventilent plus efficacement leurs budgets en fonction des performances, et ont ainsi réduit leurs coûts d'acquisition de 20%.

*"La mise en place des numéros dynamiques est rapide, l'interfaçage avec **Google Analytics et Google Ads** est très simple."*

*"Nous avons ainsi **baissé nos coûts d'acquisition de 20%**."*

***Une solution efficace à prix raisonnable,**  
je recommande vivement !"*