

# Genesys optimise ses budgets marketing avec les données d'appel collectées via le Call Tracking



**Activité :**  
Éditeur de logiciels

**Site Web :**  
[genesys.com](https://www.genesys.com)

**Produit utilisé :**  
Dexem Call Tracking

Genesys est leader mondial dans l'équipement des entreprises en solutions dédiées à la relation client. Des logiciels pour centres d'appels aux bots et aux services d'automatisation, les offres de Genesys s'adressent à des secteurs stratégiques dans plus d'une centaine de pays : banque, santé, distribution, gouvernements, ...

L'entreprise a été fondée en 1990 en Californie. Plus de 30 ans après, elle s'est étendue à tous les continents, et ce sont désormais plus de 6000 employés qui aident tous types d'entreprises à améliorer leur satisfaction et leur fidélisation client à chaque étape de leur parcours.

## Challenge

*"Difficile de mesurer la performance de notre marketing **en ne tenant compte que de la moitié des interactions générées**, à savoir nos formulaires en ligne mais pas nos appels."*

Paul André  
Senior Digital Marketing  
Manager EMEA

Pour Genesys, les interactions humaines par téléphone sont synonymes d'une plus grande valeur ajoutée, car elles sont la preuve d'un intérêt réel de la part des leads, qui sont alors souvent de meilleure qualité. En parallèle, les équipes marketing de Genesys ont un suivi constant des performances de leurs canaux d'acquisition. De la même manière que pour ses formulaires en ligne, l'entreprise souhaite alors mesurer l'efficacité de ses supports marketing à lui générer de nouveaux contacts par téléphone.

De plus, les autres outils actuellement utilisés en interne ont atteint un niveau de précision élevé sur les données pouvant être collectées. Les équipes de Genesys recherchent donc une solution capable de s'aligner avec ces fonctionnalités : mesurer le nombre d'appels, mais aussi déterminer si ces appels ont mené à des opportunités, ou si certains canaux marketing sont plus efficaces à générer des appels.

# Solution

---

Pour répondre à ses besoins, Genesys a choisi Dexem Call Tracking à travers plusieurs critères évalués par un comité de décision interne : fonctionnalités, potentiel, prix et fluidité dans la collaboration avec les équipes.

Genesys a d'abord essayé la solution dans son top 3 des régions en EMEA, avec la mesure des appels entrants et le reporting interne. Des numéros de tracking dynamiques par session visiteur ont été mis en place pour chaque canal online, afin d'apporter des informations sur l'origine des appels. En voyant la diversité des données d'appel auxquelles elles ont alors eu accès (nombre d'appels décrochés, manqués, source de trafic, activité du visiteur avant l'appel, ...), les équipes de Genesys ont décidé de déployer Dexem Call Tracking dans plus d'une dizaine de pays.

L'entreprise a également mis en place des intégrations entre Dexem Call Tracking et Google Analytics, ainsi qu'avec le CRM de Salesforce. Ainsi, à chaque nouvel appel, les chargés de relation client voient s'afficher une fiche appelant contenant l'historique des interactions passées, la source de trafic d'origine de l'appelant, et toutes les pages visitées sur le site avant son appel.

# Résultats

---

Dexem Call Tracking apporte désormais à Genesys une vision exacte de la performance de ses canaux marketing. Les équipes savent combien d'appels ont été reçus depuis chaque canal pour une période donnée, et peuvent suivre la progression de leurs appelants dans le funnel de vente.

En analysant les données d'appels fournies par Dexem Call Tracking, les responsables marketing ont été surpris de constater à quel point certains canaux étaient efficaces pour générer des appels. Avec ces chiffres en tête, ils ont alors pu redéfinir leur stratégie de call-to-action, et identifier les pages Web qui nécessitaient l'ajout d'un bouton d'appel.

Et grâce à l'intégration fluide entre Dexem Call Tracking et leurs outils d'analyse interne, ainsi que leur CRM, Genesys a réussi à améliorer la communication entre ses équipes en interne, en particulier les ventes et le marketing. Les commerciaux et les chargés de relation client ont désormais une meilleure visibilité sur leurs contacts par téléphone, et peuvent ainsi mieux qualifier le besoin de leurs appelants et identifier leur contexte, et leur apporter rapidement la solution la plus adaptée.

*"Nous avons été très impressionnés par **la flexibilité de la solution. La quantité et la qualité des données** pouvant être poussées est tout simplement ahurissante !"*

*"C'est une forme de tracking **qui apporte une grande valeur ajoutée**, à tel point qu'à un certain stade, **on ne peut plus s'en passer !**"*