

Base&Co, solution de recrutement clients sur Internet



Edouard Lhuerre

Base&Co conçoit et réalise des campagnes marketing sur Internet pour attirer de nouveaux profils clients et développer les bases de données de ses clients.

Interview d'Edouard Lhuerre, fondateur et dirigeant de Base&Co

Le développement des bases de données constitue un élément stratégique pour les entreprises : comment les accompagnez-vous ?

Base&Co conçoit des opérations marketing dédiées à cet objectif pour des entreprises qui travaillent exclusivement en B to C. Nous conseillons nos clients dans le type de message à véhiculer, selon le service ou le produit qu'elles commercialisent. Nous utilisons différentes solutions d'acquisition telles que l'e-mailing, la co-registation améliorée, le native ads et le social ads. Base&Co mesure les performances de chaque campagne, mesure qui nous permet d'affiner nos recommandations ou de déployer de nouvelles solutions.

Quelle est votre spécialité ?

Nous travaillons surtout pour des clients finaux qui sont rappelés par des call-center pour programmer un rendez-vous, apporter des conseils ou finaliser une vente. A travers nos campagnes, nous poursuivons l'objectif que les clients potentiels doivent avoir envie d'être recontactés.

Qui sont vos clients ?

Le domaine de l'habitat représente une part très importante de nos activités, avec des clients sur le marché de l'immobilier, comme Cogedim, Eiffage Immobilier, et Icade, dans la Hifi, comme Bose, les abris de piscine, avec Abrisud ; Kiwatch, Velux, Tryba, Kinedo, Foncia sont aussi nos clients. Nous réalisons également des campagnes d'acquisitions pour Allianz, Air Canada, mais aussi dans le domaine de la mode et de la minceur... nous ne sommes donc pas dédiés exclusivement à un marché ! Notre interlocuteur au sein de l'entreprise est la direction marketing ; il est rare que cette mission soit externalisée.

Vous avez modifié le parcours des prospects au sein des actions marketing, pouvez-vous nous expliquer cette nouveauté ?

Lors de la plupart des campagnes marketing d'acquisition de profils, l'internaute clique sur une campagne promotionnelle ou un jeu concours et il arrive directement sur un formulaire à remplir. Le taux de rebond de ce type de pages, amené de la sorte, donnait un taux de rebond – c'est-à-dire d'abandon de la page - très



important. Nous avons décidé de modifier ce parcours et de permettre à l'internaute de remplir un questionnaire personnalisé qui lui permettra de répondre – au moins en partie – à son attente. Le questionnaire avec ses coordonnées n'arrive alors que dans un deuxième temps. Nous avons pu constater l'engouement des personnes sur ce mode de fonctionnement et avons multiplié par deux, le taux de transformation de formulaires.

Le passage d'une campagne classique à une campagne de type 'enquête' est donc très efficace. Le fait de prendre le temps de faire connaissance avec l'internaute, qu'il se sente pris en compte, nous permet de mieux récupérer ses coordonnées, ce qui est notre finalité !

Combien coûte ce type de campagnes marketing ?

Réaliser un test coûte environ 15K€. Le budget moyen mensuel qui nous permet d'activer différents leviers est de 100 à 150 K€. Ce prix fait que nous travaillons essentiellement dans l'accompagnement de grandes entreprises ou de grosses PME-PMI.

Quelles sont vos actualités pour cette année 2016 ?

Nous venons de lancer notre activité en Espagne et en Italie, sur le même modèle que Base&Co France. Nous avons aussi développé notre propre outil de tracking et reporting : Baztrack, qui nous permet de gagner du temps et de mieux contrôler la donnée de nos annonceurs. Base&Co sera également présent au salon E-commerce 2016

Pour plus d'information :
www.baseandco.com
contact@baseandco.com
 Tél. : +33(0)1 58 36 02 35