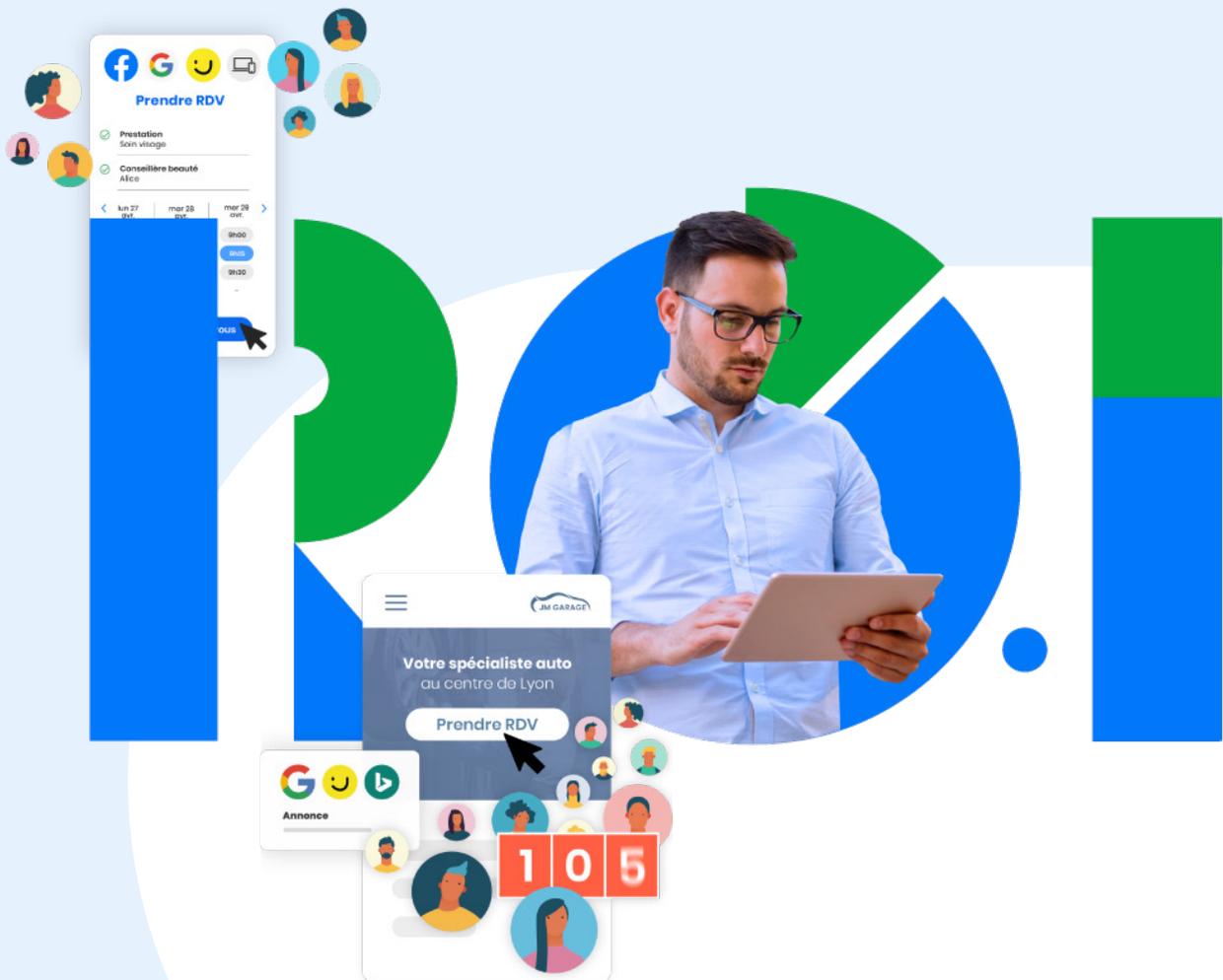


DE L'AUDIENCE À LA GÉNÉRATION DE VALEUR

Le retour sur investissement au cœur des solutions Solocal



Sommaire

Le digital, la solution pour obtenir des investissements rentables et des contacts qualifiés	04
Une prise de conscience importante, accélérée par la crise sanitaire	05
Maturité numérique des entreprises et exigence de retour sur investissement	08
Ce qu'il faut retenir... en 5 points !	10
Solocal, la plateforme dont les entreprises ont besoin pour accélérer leur business	11
Des solutions de services graduelles et génératrices de valeur	12
Comment juger de la performance de son investissement ?	17
Qu'est ce qu'un lead ?	18
Comment calculer son ROI ?	20
L'analyse de la valeur apportée par les solutions Solocal	22
Institut de beauté	23
Menuiserie	24
Avocat	25
Garage automobile	26
Paroles de clients	27
Une démonstration de valeur tout au long du cycle de vie du client	28
Conclusion	30

Introduction

Gagner de nouveaux clients, développer son activité, être profitable. Des préoccupations majeures de tout dirigeant d'entreprise. Mais comment y parvenir ? Quels moyens mettre en œuvre et quels leviers activer pour générer du business ? Le digital est la solution toute trouvée ! Les entreprises prennent conscience de l'importance du numérique dans le développement et la croissance de leur activité.

Aujourd'hui, même si le trafic généré par les solutions reste un critère important, les annonceurs (quelle que soit leur taille) préfèrent de plus en plus investir dans des solutions présentant un véritable retour sur investissements tout en se détournant progressivement de celles qui ne sont pas en mesure de leur assurer une performance avérée.

Les dirigeants d'entreprise accordent désormais leur confiance auprès de partenaires qui présentent des offres digitales aux résultats prouvés. À ce titre, Solocal propose une gamme complète de solutions puissantes et efficaces, dont le retour sur investissement est clairement prouvé.

À travers ce livre blanc, découvrez notre analyse détaillée du retour sur investissement (ROI) de nos solutions et la valeur que Solocal apporte pour ses clients tout au long de leur cycle de vie.



**Le digital, la solution
pour obtenir des
investissements rentables
et des contacts qualifiés**

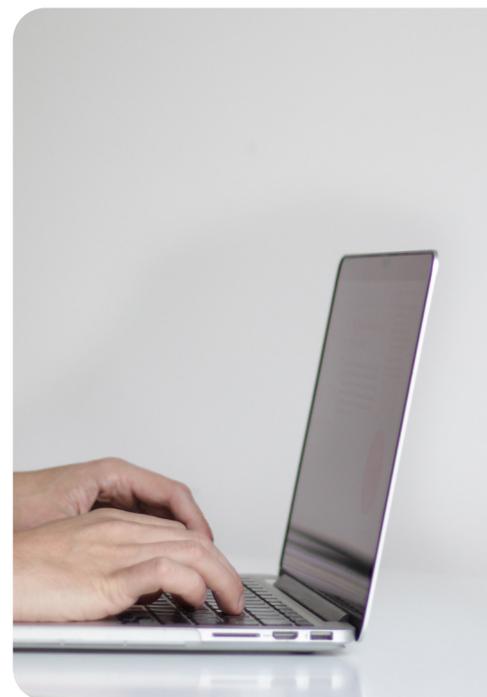
PARTIE 1.1

Une prise de conscience importante, accélérée par la crise sanitaire

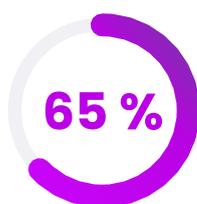
Le digital est aujourd'hui au cœur de la stratégie des entreprises qui souhaitent se développer et générer de la croissance. La plupart l'ont bien compris et attendent désormais de leur stratégie d'acquisition des **leads qualifiés transformables en business**.

Les leviers sont nombreux : réseaux sociaux, site Internet, boutique en ligne, plateformes (Google My Business, PagesJaunes...), solutions digitales... Une panoplie d'outils numériques, à disposition des professionnels, pour leur permettre d'assurer une **présence digitale**, d'être **actif sur Internet** et de réunir tous les facteurs pour se faire connaître, attirer des leads, trouver des prospects et fidéliser les clients.

Une étude, réalisée par L'AFNIC entre septembre 2019 et août 2020, sur la **présence en ligne des TPE et des PME françaises**, confirme cette tendance de fond :



des entreprises affirment qu'**être présent sur Internet est essentiel** pour générer du trafic et des contacts.



des TPE et des PME ont recours à des **solutions digitales** (référencement, publicité...) pour être bien positionnées dans les résultats de recherche.



d'entre elles affirment être **bien positionnées** et bénéficier d'une bonne visibilité.

Impact de la crise sanitaire : l'accélération de la digitalisation

D'après une étude du cabinet McKinsey & Company, **55 % des échanges avec les clients se font aujourd'hui sur Internet**, ce qui représente un bond de trois ans par rapport aux prévisions pré-COVID.

30 % des commerçants de proximité estiment que **le recours aux outils digitaux a permis de maintenir ou sauver leur activité** depuis le début de la pandémie¹.

La crise sanitaire aurait ainsi accéléré la **digitalisation des offres et des entreprises** en Europe d'environ sept ans. Cependant, cette croissance n'est pas la même selon les secteurs. L'industrie pharmaceutique et de la santé, ainsi que les services financiers et professionnels ont mené des campagnes de digitalisation deux fois plus importantes que celles du secteur de l'automobile, par exemple.



Mais attention, escompter tirer profit de cette présence en ligne est un travail de longue haleine qui se fait sur la durée, sous tous ses aspects. Un simple enregistrement en ligne de son entreprise n'est aujourd'hui plus suffisant pour **développer son activité**...

La plupart des sociétés ont bien identifié les leviers digitaux à activer pour **générer des contacts qualifiés** :



Être présent sur les principaux carrefours d'audience sur Internet, pour poser les bases de leur visibilité.



Proposer du contenu et des services à valeur ajoutée aux consommateurs, pour miser sur le référencement (naturel, local) et le transactionnel.



Avoir un site Internet pour présenter son entreprise, ses services, ses produits et mieux maîtriser son image.



Accroître sa visibilité pour générer plus de leads transformables en business en misant sur des solutions de publicité digitale.

Une prise de conscience qui néanmoins se confronte à la réalité du quotidien. Nombreuses sont les entreprises qui doivent faire face à des **obstacles de taille** dans leur digitalisation :



Trop peu de temps et de ressources consacrés à bâtir une stratégie digitale :



des entreprises de moins de 20 salariés déclarent manquer de temps pour s'engager dans la transformation numérique.



évoquent les coûts financiers.



Des compétences insuffisantes, peu d'appétence pour le digital, en perpétuel renouvellement :



évoquent la complexité de sa mise en œuvre.



Absence ou méconnaissance des outils adaptés pour profiter des bienfaits du numérique :



des entreprises sont incapables de quantifier la part de leur chiffre d'affaires réalisée grâce au digital.

Source : l'Observatoire des commerces de proximité, Ipsos / Google France / Fédération française des associations de commerçants (FFAC).



PARTIE 1.2

Maturité numérique des entreprises et exigence de retour sur investissement

Toutes les entreprises n'ont pas les mêmes **attentes en matière de retour sur investissement**. Souvent, plus la maturité numérique est forte, plus l'attente en matière de retour sur investissement est élevée.

La Direction Générale des Entreprises (DGE) a récemment mené une étude et confirme ce **lien entre maturité digitale et exigence de rentabilité**. Deux types de profils se dessinent clairement :



Institut Hedelgarde, Saint-Nazaire (44)



Les profils convaincus que le numérique représente un véritable bénéfice pour leur activité.

71 %

« 71 % d'entre eux souhaitent d'ailleurs être accompagnés dans la transformation digitale de leur entreprise. »



Les profils à l'aise avec les offres numériques, mais qui n'ont pas encore pris connaissance de toutes les opportunités qui s'offrent à eux.

Pourtant, ces dernières correspondent tout à fait à leurs besoins (trouver des prospects, fidéliser leurs clients...).

Des profils d'entreprises dont la maturité digitale avancée fait basculer **leurs attentes de « solutions de moyens » vers des « exigences de résultats »**.

Un dirigeant d'entreprise souhaite aujourd'hui investir dans des solutions qui doivent lui faire gagner de l'argent, et alloue des budgets de manière rationnelle pour des objectifs précis :

- **attirer des leads qualifiés**, pour les convertir en chiffre d'affaires ;
- **générer du business**, pour apporter de la croissance à son entreprise.

Focus

Le digital, ROIste par nature !

Le ROI (Return on investment = retour sur investissement) est un élément indispensable à la **stratégie business** de toutes les entreprises, petites ou grandes. Mais en quoi « ROI » rime si bien avec « digital » ? C'est simple : **les actions en ligne sont parfaitement identifiables, donc mesurables.**

À contrario, les solutions publicitaires ne proposant pas de mesure de la performance sont sérieusement challengées, souvent perçues comme étant décalées et de la « *vieille école* » : affichage extérieur, publicité imprimée, bannière publicitaire en ligne au Cout Par Mille (CPM)...

Cette incertitude de mesure de performance n'offre que peu d'intérêts lorsque l'entreprise attend un retour important de ses dépenses publicitaires.



Quelles sont les attentes des professionnels ?



gagner du temps



développer leur entreprise



générer des leads qualifiés pour booster leur business



Et qu'attendent-ils d'une offre digitale ?



un ROI visible et rapide



simple et intégrée au processus de l'entreprise



pérenne et stable dans le temps

Ce qu'il faut retenir... en 5 points !

Une situation digitale complexe au quotidien pour les entreprises



Le **manque de temps**, de **compétences**, mais aussi d'**appétence** pour le numérique et les solutions digitales sont les principales difficultés rencontrées par les entreprises qui souhaitent profiter du numérique pour améliorer le retour sur investissement.



Les entreprises attendent de leurs partenaires et de leurs investissements **des solutions clé en main** pour **tirer profit du numérique, générer des leads** et du business.



Les entreprises n'ont **pas toutes le même niveau de maturité**, ni les mêmes besoins. **Tout dépend entièrement de la typologie de l'entreprise** et de ses perspectives de développement.



Les entreprises qui ont une **perception encore floue** des bénéfices du numérique n'**investissent pas suffisamment** pour tirer profit de leurs actions marketing digital.



La publicité en ligne, le marketing digital, la création de contenus, le référencement naturel (SEO), le référencement payant (SEA)... **Si ces leviers sont sous-exploités, les entreprises manquent des opportunités business au quotidien.**

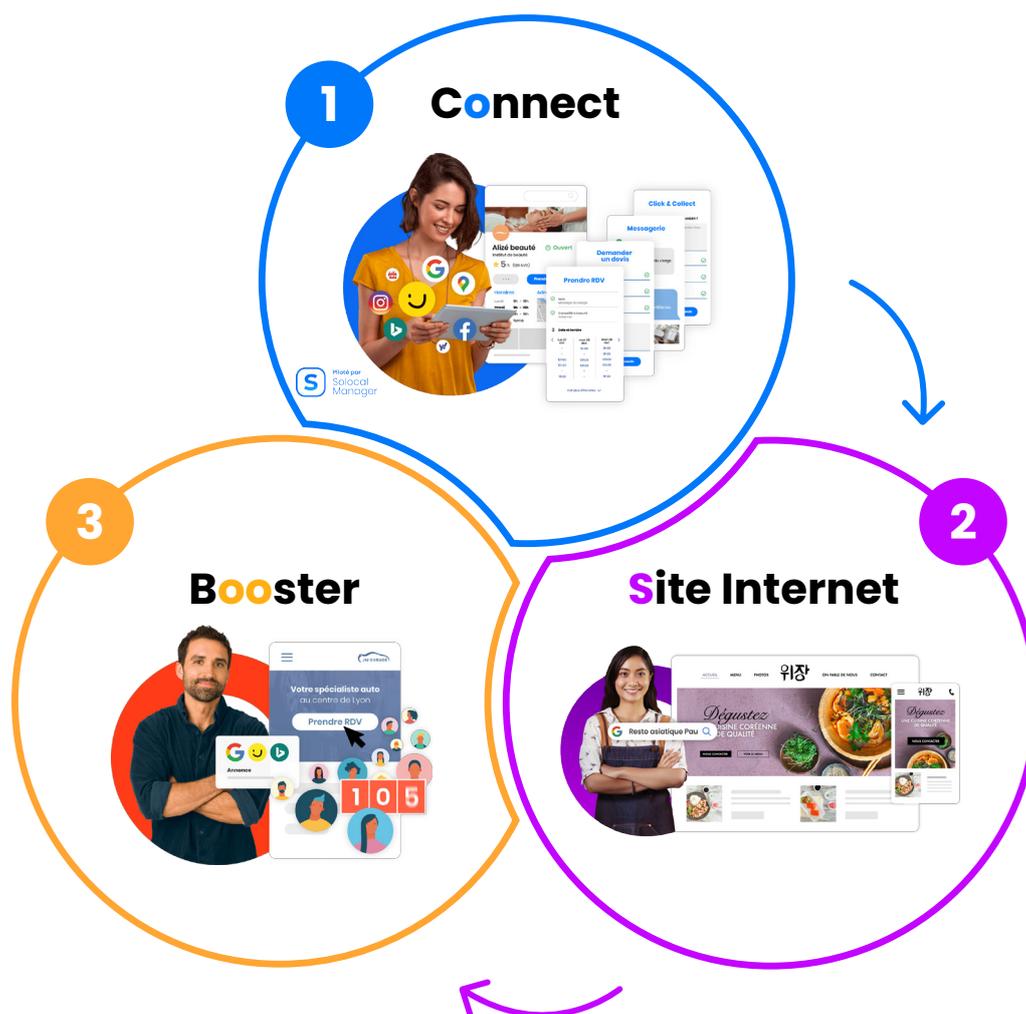
**Solocal, la plateforme
dont les entreprises ont
besoin pour accélérer
leur business**

PARTIE 2.1

Des solutions de services graduelles et génératrices de valeur

Solocal a construit une gamme de solutions spécifique et progressive à destination des entreprises locales (TPME et réseaux d'enseigne) pour **répondre à leurs besoins de digitalisation** : visibilité en ligne, référencement naturel (SEO), services digitaux, référencement prioritaire, publicité digitale, référencement payant (SEA)...

Avec ces **solutions à valeur ajoutée**, à la fois performantes et rentables, Solocal accompagne les entreprises sur le long terme. Les offres couvrent l'ensemble des attentes de l'entreprise en matière de marketing et de communication tout en boostant leurs chiffres d'affaires, quel que soit leur niveau de maturité numérique.

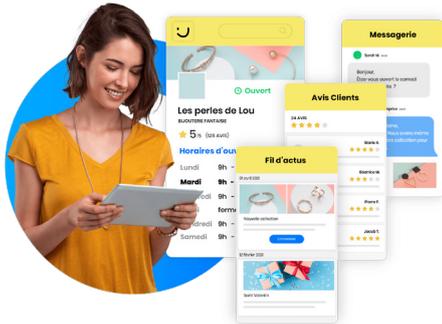


NIVEAU

1



Poser les bases de votre existence digitale en capitalisant sur la puissance de PagesJaunes



Connect Acces est une solution qui permet à l'entreprise de bénéficier d'un **référencement gratuit sur Internet**, grâce à PagesJaunes :

- capitaliser sur la puissance de l'audience du site PagesJaunes ;
- assurer et animer votre visibilité sur PagesJaunes ;
- interagir avec les utilisateurs de PagesJaunes.

NIVEAU

2



Travailler activement sa présence digitale en agissant sur les corners digitaux à forte audience



Les solutions digitales **Connect** permettent de **travailler son référencement** proactivement pour :

- assurer sa visibilité en ligne (PagesJaunes, Google My Business, Facebook, Instagram...);
- animer sa présence digitale (publication régulière de différents types de contenus pour valoriser son savoir-faire);
- interagir avec ses clients (gestion des avis en ligne, messagerie instantanée...);
- développer son business (Click & Collect, demande de devis en ligne, prise de rendez-vous en ligne...);
- fidéliser ses clients (fichiers clients, campagnes emails et SMS...).

NIVEAU
3



Créer son propre site internet pour maîtriser son univers, sa marque et son image



Les solutions **Sites Internet** de Solocal permettent de bénéficier d'un site web (ou d'une boutique en ligne) clé en main, professionnel(le) et performant(e), et d'en assurer la meilleure visibilité du marché sur les moteurs de recherche.

Associée à des actions de référencement naturel et à des campagnes sponsorisées, la performance du site est boostée tout au long de son exploitation. Résultat attendu ? Un trafic huit fois plus important !

NIVEAU
4



Amplifier sa visibilité digitale en activant une surexposition par rapport à vos concurrents



La solution **Référencement Prioritaire** donne un **coup de boost au référencement naturel** de l'entreprise :

- apparaître sur les premiers résultats de recherches sur PagesJaunes, et se positionner devant la concurrence à l'aide d'un affichage prioritaire ;
- attirer uniquement les internautes pertinents pour l'activité du professionnel ;
- assurer un ciblage efficace et personnalisé à l'aide d'une sélection de mots-clés liés à un secteur d'activité et une localité.

NIVEAU
5



Aller au-delà d'une bonne visibilité et générer des leads qualifiés



Les solutions **Booster Contact** sont idéales pour :

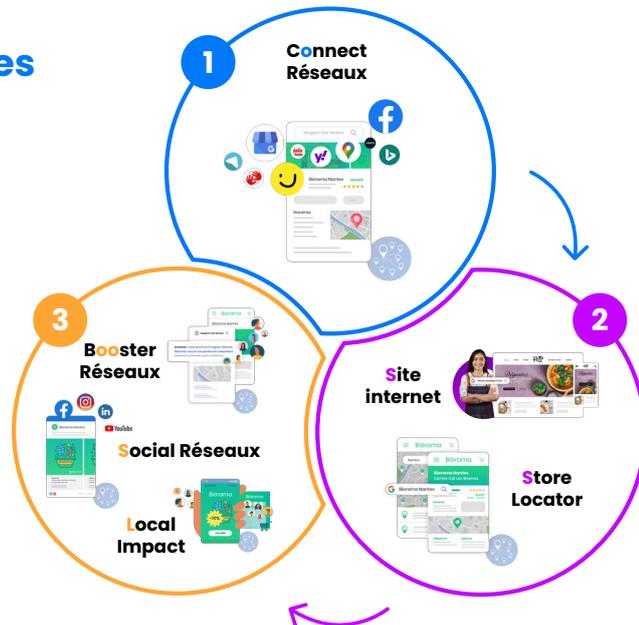
- obtenir les contacts intentionnistes les plus qualifiés du marché, issus des moteurs de recherche ;
- bénéficier d'un nombre de contacts garantis, prêts à être transformés en clients ;
- profiter d'une approche clé en main, de la création à la diffusion des annonces publicitaires SEA.



Le saviez-vous ?

Une offre Grands Comptes

Avec les solutions Connect Réseaux, Sites Internet, Store Locator et une gamme de solutions publicitaires (Booster Réseaux, Social Réseaux et Local Impact), Solocal est aussi la plateforme dont les **réseaux d'enseignes** ont besoin pour accélérer leur business !



Zoom sur PagesJaunes

PagesJaunes est le seul média serviciel où il est possible de rechercher une information unique, comme une entreprise ou un professionnel, associée à une localité précise. **Les recherches y sont intentionnistes et proches de l'acte de consommation.**

En quelques chiffres :

1,88

milliards de visites en 2020
(soit 156 millions / mois)

689

millions de clics contacts en 2020
(soit 57 millions / mois)

24^e

site Internet le plus visité en France ⁽¹⁾

100 %

des recherches de professionnels sont associées à une localité

4/10

Français s'y connectent chaque mois

88 %

des URL PagesJaunes arrivent en 1^{re} page de Google pour des recherches « activité + localité »

19,7

millions de visiteurs uniques, soit 37,3 % de la population française ⁽²⁾

**Comment juger de
la performance de
son investissement ?**

La question de la **performance des investissements réalisés**, et des **actions de marketing digital** qui y sont liées, est omniprésente dans l'esprit de chaque dirigeant d'entreprise. Cependant, **il est souvent difficile de bien appréhender son retour sur investissement et de le calculer avec finesse et précision.**

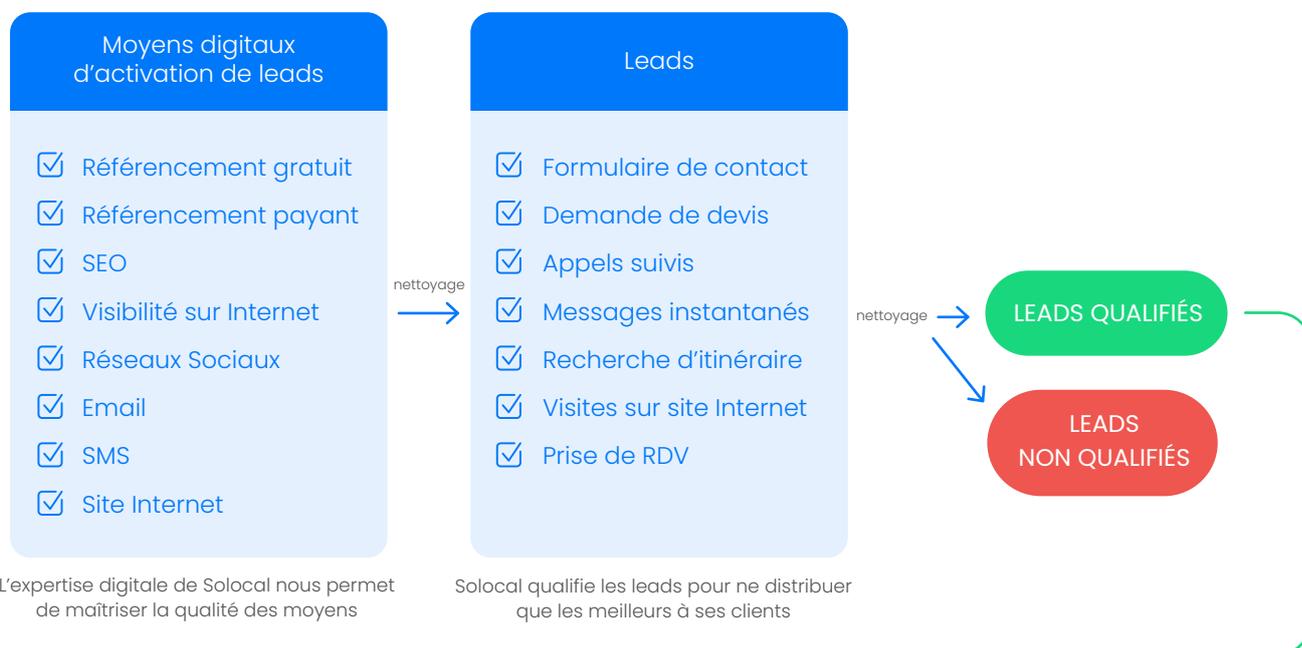
PARTIE 3.1

Qu'est-ce qu'un lead ?

Un lead est un contact qui montre de l'intérêt pour vos offres, vos services ou vos produits. Un **lead qualifié** est un prospect, c'est-à-dire un client potentiel, sur lequel vous avez suffisamment d'informations pour le contacter et **concrétiser une vente.**

Et bonne nouvelle : les solutions Solocal sont justement pensées et construites pour fournir à nos clients des leads qualifiés, prêts à être contactés !

SOLOCAL



CLIENT SOLOCAL



Solocal, au travers de ses offres et solutions, met à disposition de ses clients tous les **leviers d'activation digitaux** : référencement gratuit, référencement naturel et référencement payant, animation des réseaux sociaux, campagnes emails et SMS, etc.

Ces leviers permettent de **générer des leads qualifiés grâce à des « sources de contact » multiples** : formulaire, appel téléphonique, demande de devis, demande d'itinéraire, messagerie instantanée, prise de rendez-vous en ligne, etc.

Les leads inappropriés sont filtrés, requalifiés ou écartés, pour ne fournir à nos clients que les meilleurs leads.

À nos clients ensuite de contacter ces leads pour les faire avancer un peu plus loin dans le tunnel de conversion, les transformer en clients et générer du chiffre d'affaires.

Le retour d'expérience des clients de Solocal montre un taux de transformation de 30 % en moyenne des leads apportés.

Focus

Concrètement, comment ça marche ?

Pour une demande de devis via notre solution Booster Contact, par exemple, Solocal dépollue les contacts entrants à l'aide de filtres automatiques : les mots injurieux, les demandes de stage, les appels trop courts... Tout est analysé pour ne garantir à nos clients que des leads propres et convertibles.



Boulangerie Flaveur, Suresnes (92)

PARTIE 3.2

Comment calculer la rentabilité de ses investissements publicitaires ?

Connaître son retour sur investissement (et donc la rentabilité des sommes dépensées) est important, et ce, pour plusieurs raisons :

- Il s'agit d'un indicateur essentiel pour **gérer les investissements** d'une entreprise et bien **piloter son activité**.
- Il permet de **mesurer le rendement d'un investissement** tout en prenant en compte les sommes investies et l'argent gagné.
- Il aide à comprendre le rapport entre les **coûts engendrés** par une action marketing ou de communication, et l'**activité commerciale générée** par cette action.

Si on s'en tient à la formule mathématique, le calcul du retour sur investissement est assez simple de premier abord.

$(\text{Gain de l'investissement} - \text{coût de l'investissement}) / \text{coût de l'investissement}$

Multipliez ensuite le résultat par 100,
et vous obtenez votre ROI
sous la forme d'un pourcentage.

Cependant, ce genre de calcul n'est pas la plus simple des opérations. Les dirigeants d'entreprise se rendent parfois compte que la qualité d'un lead peut être discutable (contact transmis pas joignable, faible intérêt ou déjà contractualisé avec un autre prestataire) et qu'il n'est pas toujours facile de rattacher un chiffre d'affaires généré à une action ou à un investissement spécifique.

C'est pourquoi il est tout aussi important d'analyser **la performance des solutions et investissements publicitaires au regard de leur seuil de rentabilité**, c'est-à-dire **le nombre de leads convertis pour rembourser son investissement**.

Chez Solocal, nous avons parfaitement compris les attentes des professionnels en matière de rentabilité de leurs investissements.

Nos équipes de « datas scientifiques » et marketing ont passé en revue l'ensemble de nos données pour **matérialiser la performance de nos offres sur plus de 600 activités sur toute la France.**

Grâce à cette analyse d'ampleur, en tant qu'entreprise cliente Solocal, vous saurez précisément combien de leads pourront être générés et combien devront être convertis pour rentabiliser votre investissement dans l'une de nos solutions digitales.



L'analyse de la valeur apportée par les solutions Solocal

Découvrez les résultats de cette analyse exclusive
à travers 4 métiers différents.

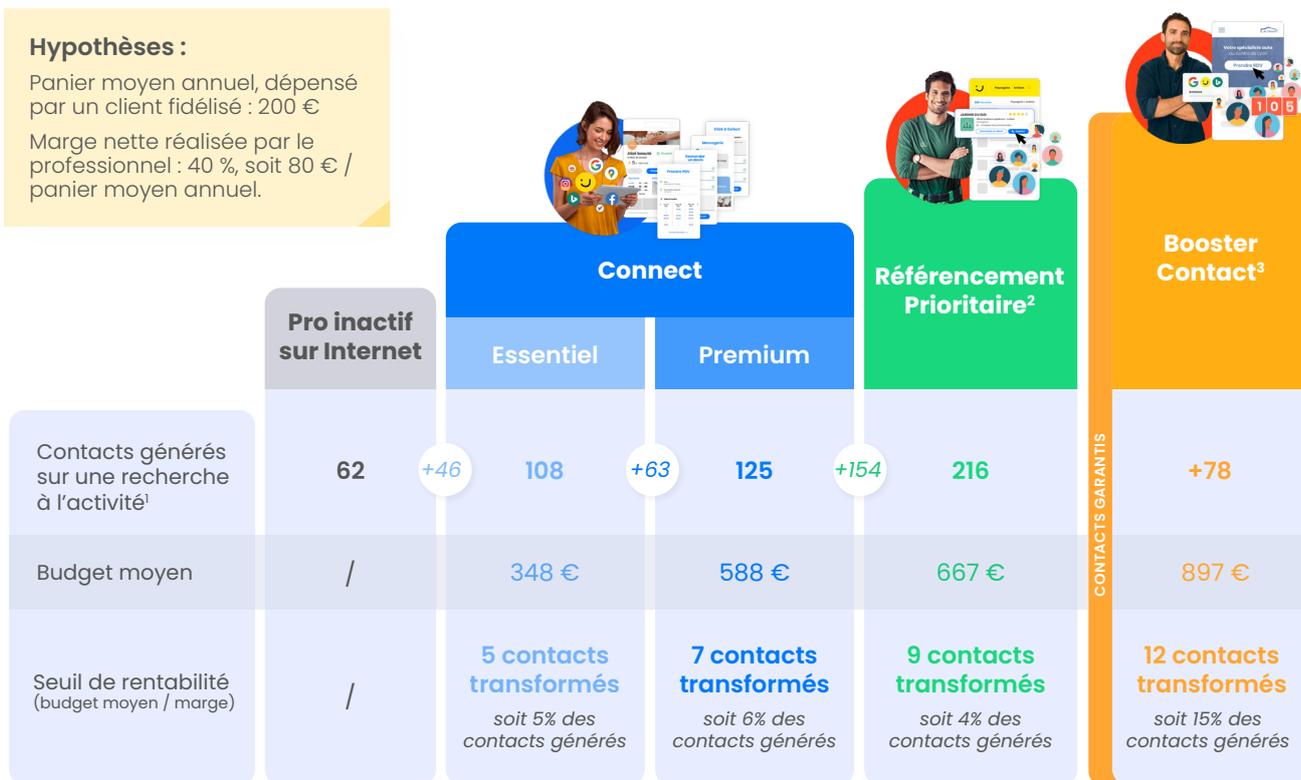
ANALYSE 1

Institut de beauté

Hypothèses :

Panier moyen annuel, dépensé par un client fidélisé : 200 €

Marge nette réalisée par le professionnel : 40 %, soit 80 € / panier moyen annuel.



Comment lire ces résultats ?

Tous les contacts générés le sont sur une recherche à l'activité et non sur une recherche à la marque. Cela signifie que l'internaute ne saisit pas le nom de l'établissement en particulier mais tape « institut de beauté » dans le moteur de recherche :

- **62 contacts**, c'est en moyenne ce qu'un institut de beauté a comme contact par an. Ces contacts arrivent naturellement, sans qu'une action particulière ne soit mise en place.
- En adhérant à l'offre **Connect Essentiel**, cet institut reçoit 106 contacts. C'est ce que lui apporte en moyenne par an une présence *full web* optimisée. 5 contacts transformés suffisent pour rentabiliser l'investissement.
- 125 contacts, c'est ce qu'apporte la solution **Connect Premium** en moyenne par an à un institut de beauté. Les services transactionnels proposés par la solution Connect Premium participent à l'augmentation de contacts. Là encore, 7 contacts transformés suffisent pour rentabiliser l'investissement.
- En adhérant à l'offre **Référencement Prioritaire**, chaque professionnel reçoit en moyenne **216 contacts, soit 154 contacts supplémentaires** par rapport à l'offre Connect. 9 contacts transformés seulement suffisent pour rentabiliser l'investissement.
- Et avec l'offre **Booster Contact**, un gérant d'institut de beauté est garanti de recevoir 78 contacts de plus.

¹Calcul réalisé sur une recherche à l'activité « Institut de beauté » et non une recherche de marque (l'internaute ne connaît pas le nom de l'établissement).

²Donnée moyenne sur pagesjaunes.fr, partenaires et Google My Business calculée à partir de 968 clients Référencement Prioritaire, 1 340 Connect/Présence et 18 366 prospects.

³Donnée moyenne calculée à partir de 131 campagnes Booster Contact

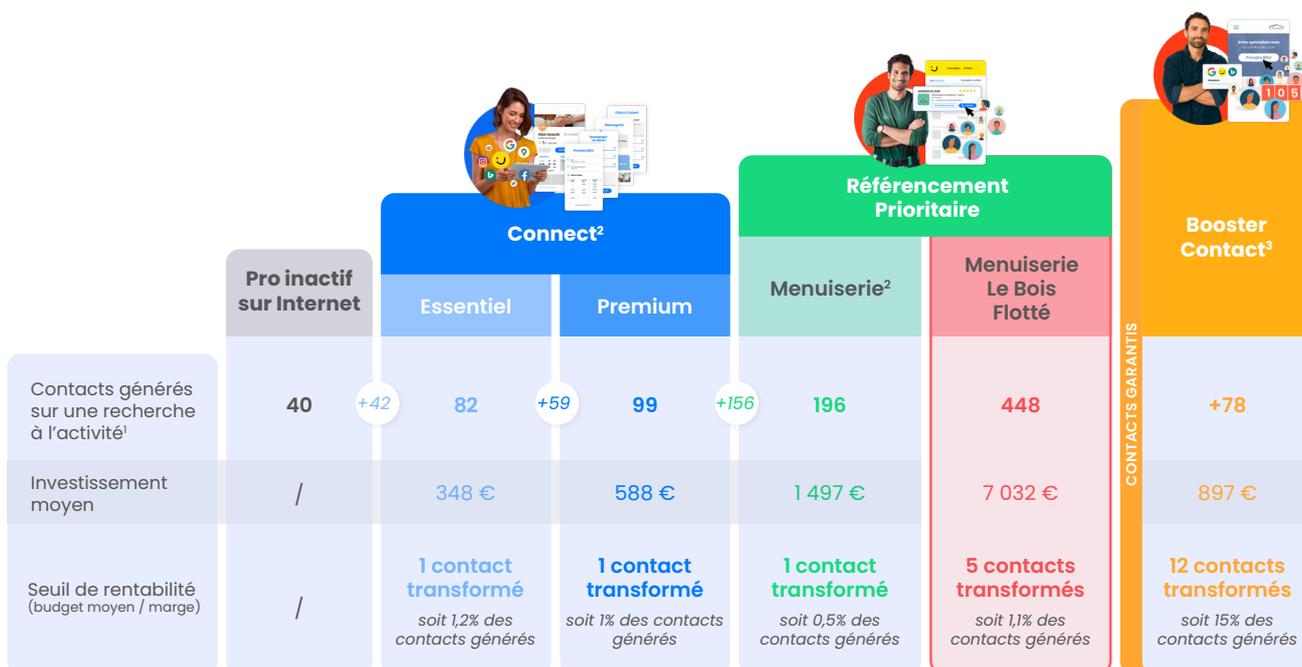
ANALYSE 2

Menuiserie

Hypothèses :

Panier moyen annuel, dépensé par un client fidélisé : 5 000 €

Marge nette réalisée par le professionnel : 30 %, soit 1 500 € / panier moyen annuel.



Cas pratique « Menuiserie Le Bois Flotté »

En 2020, l'entreprise a réalisé un investissement de plus de 7 000 euros.

Il aura suffi à notre client de **transformer 1,1 % des contacts** que les solutions Solocal lui génèrent pour rentabiliser son investissement. Il lui reste 98.9 % des contacts générés pour développer son business et accroître son chiffre d'affaires.

¹Calcul réalisé sur une recherche à l'activité « Menuiserie » et non une recherche de marque (l'internaute ne connaît pas le nom de l'établissement).

²Donnée moyenne pagesjaunes.fr, partenaires et Google My Business calculée à partir de 929 clients Référencement Prioritaire, 1 756 Connect/Présence et 21 059 prospects.

³Donnée moyenne calculée à partir de 17 campagnes

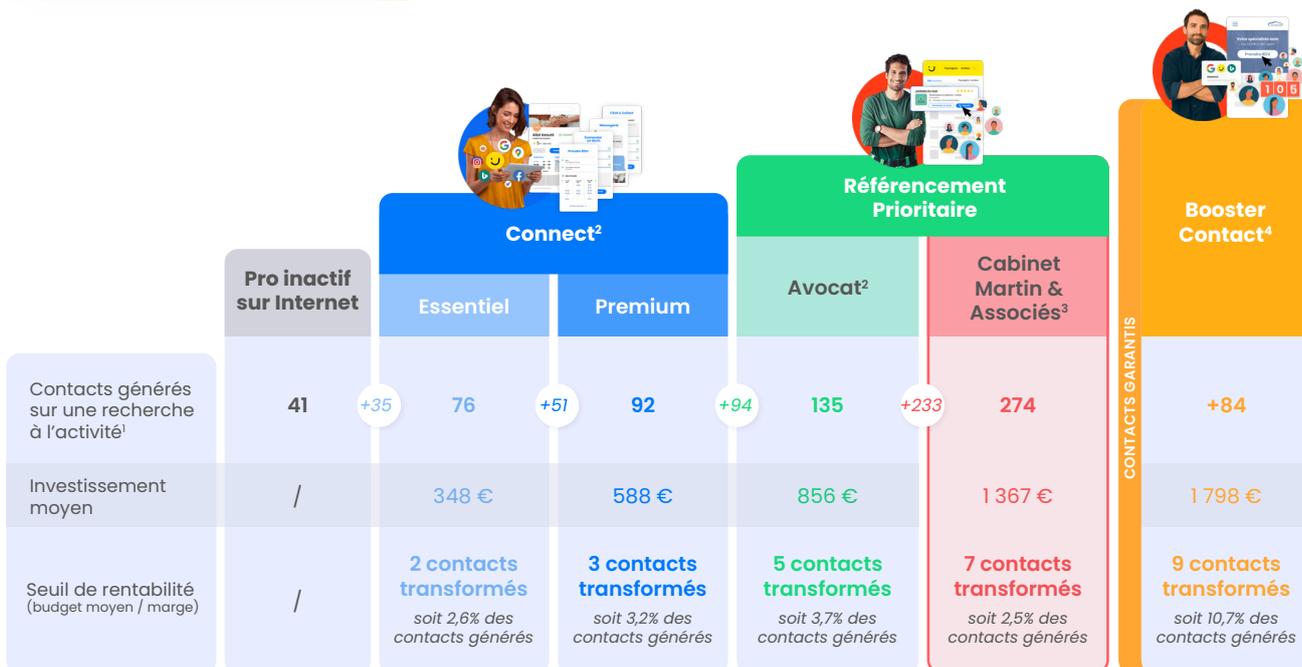
ANALYSE 3

Avocat

Hypothèses :

Panier moyen annuel, dépensé par un client fidélisé : 500 €

Marge nette réalisée par le professionnel : 40 %, soit 200 € / panier moyen annuel.



Cas pratique « Cabinet Martin & Associés »

En 2020, l'entreprise a réalisé un investissement de plus de 9 000 euros.

Il aura suffi à notre client de **transformer 2,5 % des contacts** que les solutions Solocal lui génèrent pour rentabiliser son investissement. Il lui reste 97,5 % des contacts générés pour développer son business et accroître son chiffre d'affaires.

¹Calcul réalisé sur une recherche à l'activité « Avocat » et non une recherche de marque (l'internaute ne connaît pas le nom de l'établissement).

²Donnée moyenne pagesjaunes.fr, partenaires et Google My Business calculée à partir de 3 963 clients Référencement Prioritaire, 1 224 Connect/Présence et 18 242 prospects.

³Moyenne calculée par cabinet d'avocat (7 au total)

⁴Donnée moyenne calculée à partir de 11 campagnes

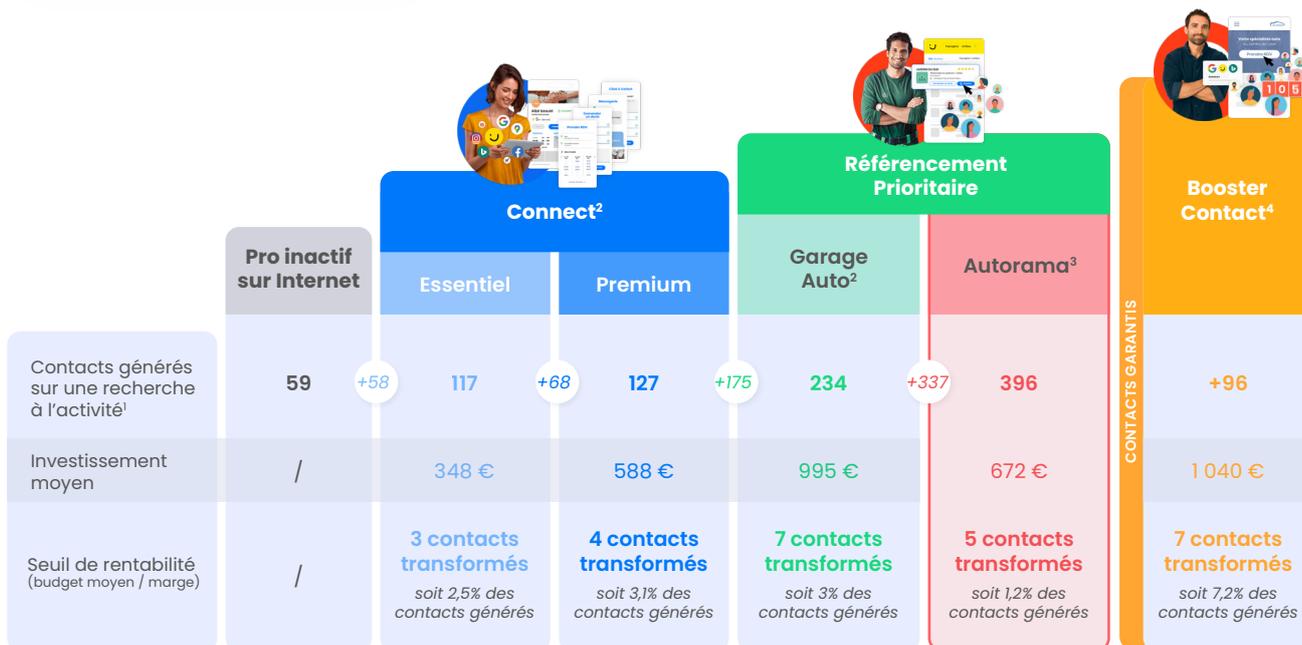
ANALYSE 4

Garage automobile

Hypothèses :

Panier moyen annuel, dépensé par un client fidélisé : 500 €

Marge nette réalisée par le professionnel : 30 %, soit 150 € / panier moyen annuel.



Cas pratique « Autorama »

En 2020, un réseau de centre automobile a réalisé un investissement de plus de 80 000 euros dans les solutions « Réseaux d'enseigne » de Solocal.

Il aura suffi à notre client de **transformer 1,2 % des contacts** générés pour rentabiliser son investissement. Il lui reste 98,8 % des contacts générés pour développer son business et accroître son chiffre d'affaires.

¹Calcul réalisé sur une recherche « Garage automobile » et non une recherche de marque. Cela signifie que l'internaute ne connaît pas l'établissement.

²Donnée moyenne pagesjaunes.fr, partenaires et Google My Business calculée à partir de 1 540 clients Référencement Prioritaire, 2 018 Connect/Présence et 22 990 prospects.

³Moyenne calculée par garage (409 au total, intégrés + franchisés). Client équipé d'un Search Réseau ranké.

⁴Donnée moyenne calculée à partir de 275 campagnes

Paroles de clients

« Pour être visible lorsqu'on crée son entreprise, PagesJaunes c'est incontournable ! Quand je sonde les gens sur la façon dont ils m'ont connu, je vois que c'est à 80 % grâce à mon référencement Internet. Clairement, il y a eu un avant et un après en termes de quantité d'appels reçus... 95 % de mes appels entrants se font grâce à Solocal, et le reste par le bouche à oreille. »



Anthony Cayla
chauffagiste à Champagny (70)

« Avec la solution Référencement Prioritaire, nous sommes visibles sur PagesJaunes, Facebook et de nombreux réseaux sociaux. Nous sommes satisfaits de notre visibilité : on est présents sur 4 ou 5 communes, les mots-clés correspondent bien à ce que nous proposons. Sans cela, nous ne serions pas référencés dans les premiers résultats, et on aurait du mal à être contactés et à se faire connaître. »



Eric Pottier
traiteur à Ligné (44)

« Mes objectifs en souscrivant à Booster Contact sont d'être sur Google et d'assurer mon chiffre d'affaires sur le long terme. Le premier mois de la mise en place, nous avons obtenu 105 réservations qui nous ont augmenté le chiffre d'affaires de 2 000 euros. Cette campagne a été totalement rentabilisée ! »



Laurent Adam
gérant de Karting 51 à Reims (51)

Vous souhaitez connaître les **performances des solutions Solocal** par secteur d'activité ou pour une profession en particulier ? N'hésitez pas à nous contacter !

Contactez-nous



**Une démonstration de
valeur tout au long du
cycle de vie du client**

Cette approche ROIste devient un marqueur fort de Solocal, tant au niveau des offres de solutions que de l'accompagnement par nos équipes.

Nous délivrons de la performance à nos clients, à chaque étape de leur cycle de vie, grâce à des interfaces digitales de suivi de performance et une posture de conseiller :

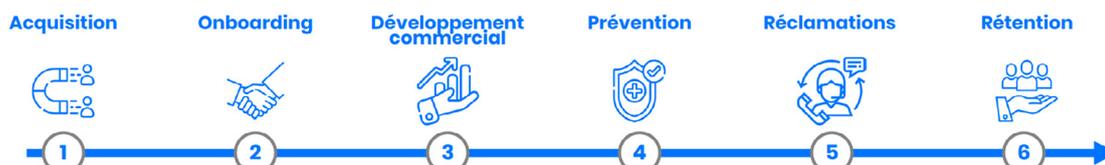
Depuis les **interfaces digitales** (Solocal Manager, Connect Réseaux), le ROI est matérialisé par des **indicateurs précis** : nombre de vues et de clics, de contacts générés, de rendez-vous pris, de demande de devis, etc...



De l'acquisition au service client, en passant par les étapes d'*onboarding* et de production de nos solutions digitales, les collaborateurs Solocal apportent **conseils et accompagnement en continu**, tout au long du cycle de vie des clients. Nous aidons les entreprises à atteindre leurs besoins de rentabilité et leurs objectifs de croissance.

$$\text{solocal} = \text{ROI} + \text{CONSEIL}$$

RETOUR SUR INVESTISSEMENT CONSEIL



Conclusion

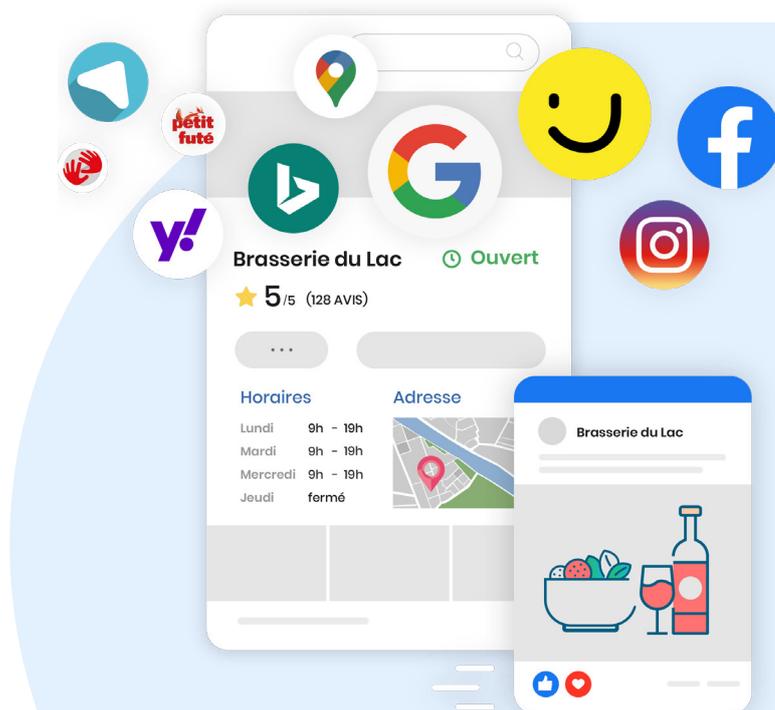
La question du retour sur investissement est au cœur des préoccupations de tous les dirigeants, quelle que soit la taille de leur entreprise et leur niveau de maturité digitale. Pour s'emparer des outils digitaux et saisir de belles opportunités, de nombreuses entreprises locales ont besoin d'être accompagnées.

Solocal propose justement des offres adaptées à tous les dirigeants d'entreprise, à la performance ROIste avérée, sur plus de 600 activités sur toute la France.

Enfin, Solocal est le seul acteur au service du ROI digital grâce à des données propriétaires exclusives et intentionnistes, génératrices de contacts, notamment grâce à PagesJaunes. Nos 314 000 clients bénéficient d'une gamme de solutions digitales la plus complète du marché et d'un accompagnement continu et personnalisé grâce à plus de 1 500 conseillers Solocal sur toute la France.

Envie d'en savoir plus ?

Découvrez nos offres



 Piloté par
Solocal
Manager

solocal

www.solocal.com