

ornikar

Améliorer l'expérience client de la conversion à la satisfaction

6 mois après une complète intégration du CRM Emarsys

+11%

Engagement
candidat code

+200%

Traffic Web

+23%

Taux d'ouverture
e-mail

1.5

Jour homme
gagné par
semaine



“

En intégrant Emarsys CRM omnicanal, les problèmes de délivrabilité se sont résolus d'eux-mêmes, nous avons maîtriser notre audience pour mieux la convertir, le reporting a permis de mieux piloter nos campagnes. Les résultats ne se sont pas fait attendre: après 6 mois +11% de candidat au code!”

“EMARSYS CRM omnicanal est un outil unique. L'intégration Email, SMS, Push... a immédiatement amélioré notre communication et l'engagement de notre clientèle s'est intensifié et là était notre premier objectif.”

— Robin Tussiot, CRM Marketing Manager, ORNIKAR

Le Business

ORNIKAR est le leader de l'auto-école en ligne, une réelle alternative à la filière traditionnelle.

La mission d'ORNIKAR est de rendre l'examen du permis de conduire moins cher et son apprentissage plus agréable.

Véritable champion de la FrenchTech, ORNIKAR offre une formation en ligne 24h/24 7jours/7 pour le code de la route permettant d'obtenir l'examen pour moins de 30 euros.

Plus de 1000 enseignants indépendants travaillant en partenariat avec le réseau ORNIKAR, proposent d'apprendre à conduire partout en France.

Avec la réservation des heures de conduite faite directement sur la plateforme Internet, ORNIKAR compte déjà plus de 1 500 000 d'utilisateurs et des candidats ultra-satisfaits!

La finalité

Comment Ornikar maximise l'engagement de ses clients et la conversion?

Le défi

Auparavant ORNIKAR s'appuyait sur d'importantes ressources humaines et financières pour consolider la gestion de leur audience. Obtenue par souscription gratuite sur leur site Internet, le premier défi était

d'optimiser la délivrabilité des messages pour amplifier la conversion du prospect vers la conversion d'achat du pack.

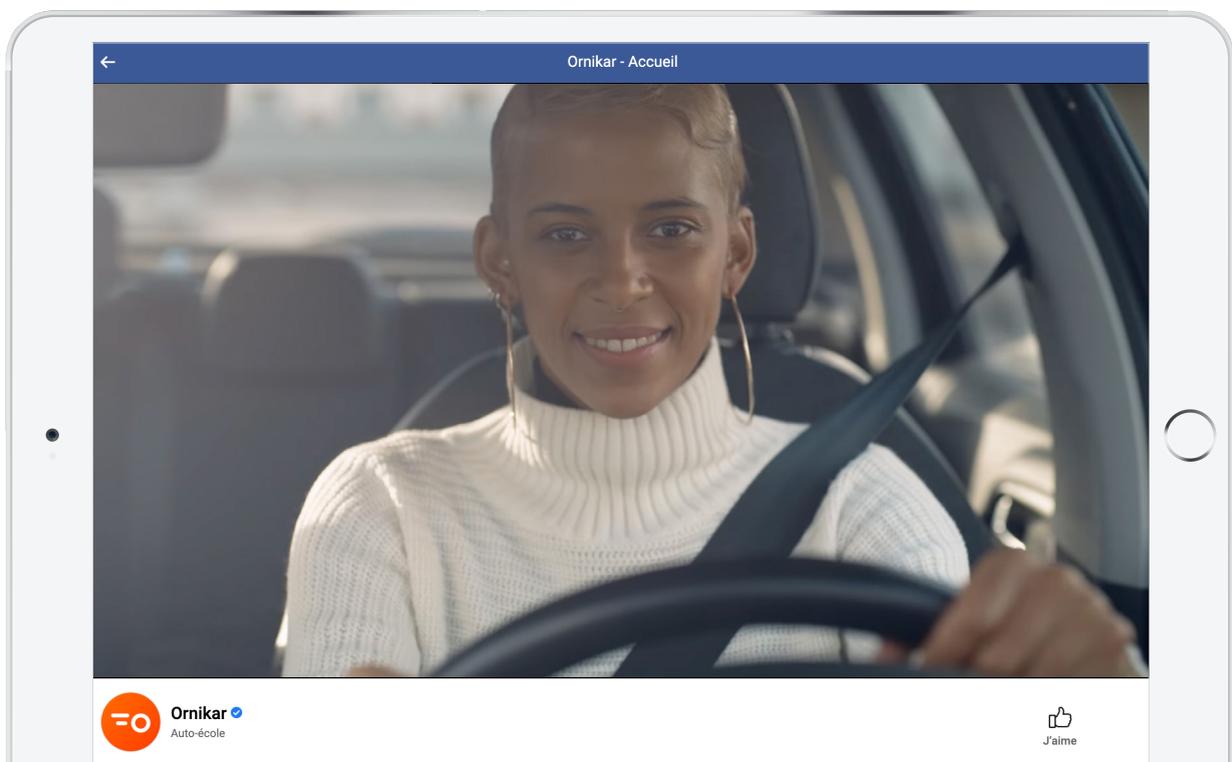
Le défi suivant était de maintenir l'engagement du client et de l'accompagner tout au long de son parcours. Contrairement à une auto-école traditionnelle, l'absence de présence physique chez ORNIKAR rend la communication primordiale et décisive tant pour le succès du candidat que de la crédibilité d'ORNIKAR.

L'acquisition d'un outil adéquate et efficace devenait nécessaire afin qu'ORNIKAR étende pleinement son activité et maintienne le business promis aux professionnels de l'auto-école.

Les Objectifs

L'objectif d'ORNICAR est d'aller plus loin avec l'optimisation omnicanal avec pour objectif de multiplier par 2 le taux d'ouverture des campagnes marketing tout en maîtrisant la délivrabilité, de convertir les prospects par +20%, de mieux gérer l'abandon entre l'inscription et le passage du code, enfin d'assurer une conversion des diplômés code vers la conduite.

C'est par et avec l'acquis de confiance obtenu par un accompagnement personnalisé et constant qu'ORNIKAR souhaite l'engagement et le succès de leurs candidats et les diriger vers l'achat d'autres produits.



La Solution

Avec une multi-présence cross-canal sur les réseaux et Internet, ORNIKAR privilégie les campagnes e-mail pour le ciblage en bloc. Avec l'acquisition du CRM EMARSYS, ORNIKAR optimise l'automation marketing omnicanal, maximalise l'engagement jusqu'à la conversion d'achat, tout en maîtrisant la gestion des coûts.

La maîtrise de l'omnicanal automatisé permet ORNIKAR de:

- Piloter les campagnes en automation, assurer la délivrabilité, affiner la segmentation d'audience pour un meilleur ciblage, personnaliser le contenu des messages, relancer les abandons avec un message de motivation... etc.
- Lier les datas B2C & B2B pour créer un scénario ultra personnalisé et les automatiser, comme amener de la clientèle rapidement aux enseignements de conduite récemment implantés dans un secteur et donc générer du chiffre d'affaire sans attendre.
- Automatiser des tâches chronophages et définir des chemins de conversion complexe.

Obtenir un reporting en quelques clics, avec un dashboard clair et immédiat, un travail complexe et éreintant facilité avec le CRM EMARSYS.

“un vrai gain en jour d'homme”

– Robin Tussiot, ORNIKAR CRM Marketing Manager.

L'automatisation du reporting permet de cibler des objectifs précis pour obtenir des informations pertinentes afin d'ajuster la stratégie omnicanal et de la rendre encore plus efficace.

Le Résultat

Après seulement 6 mois d'intégration complète du CRM EMARSYS, ORNIKAR constate des résultats généraux très positifs. Un gain autant opérationnel que stratégique, un outil qui permet de gérer, d'optimiser l'engagement jusqu'à la conversion. ORNIKAR envisage une accélération du business en toute sérénité. “Grâce à la qualité de la délivrabilité, grâce au reporting, nous pouvons élargir nos volumes et générer du chiffre d'affaire” “Nous sommes très motivés et optimistes sur ce que l'on est en mesure de produire” conclut Robin Tussiot.

