

L'accompagnement Marketo pour booster la transformation digitale

Le cas econocom

*« Nous avons démarré avec Merlin/Leonard en toute confiance
et nous continuons de nous améliorer grâce à eux. »*



Entretien avec Clara Guénand,
Marketing manager chez Econocom

econocom

expert de la transformation digitale

Econocom est un groupe européen spécialisé dans la transformation digitale des entreprises et des organisations publiques. L'entreprise intervient principalement à travers un mix unique de 3 activités :

- le financement de projet,
- la distribution d'équipements,
- les services numériques et les prestations intellectuelles autour des projets de transformation.

Il s'agit du seul acteur sur le marché de la transformation digitale à combiner une expertise technologique et financière. Econocom aide ses clients à penser et à utiliser efficacement le numérique, en plaçant les utilisateurs finaux au centre de toute transformation numérique. Un digital sur mesure, qui les sert et qui crée de la valeur durable.



10 800
collaborateurs



3 milliards
d'euros de chiffre d'affaires



40 ans
d'expérience



Une présence dans
18 pays

Econocom en chiffres

Générer plus de leads avec le *marketing automation*

Pour les équipes marketing d'Econocom, l'un des objectifs prioritaires était la génération de leads et l'augmentation des ventes. Pour y parvenir, l'entreprise a souhaité mettre en place une stratégie de *marketing automation*. Très vite, l'entreprise a identifié **le besoin d'une solution complète**, lui permettant de mesurer et d'améliorer la performance de ses campagnes de marketing digital.



La solution : Marketo

Après avoir mené une étude de marché sur les nombreux outils existants, Marketo a été identifié comme LA solution répondant le mieux à leurs besoins. L'utilisation de Marketo a progressivement été généralisée dans tous les services de l'entreprise.

Les équipes ont rapidement ressenti le besoin de **se faire accompagner** au niveau technique, afin de comprendre l'interface de la plateforme et le potentiel des différentes fonctionnalités de Marketo.

« Marketo est un outil très complexe qui nécessite un accompagnement de pointe. Sans Merlin/Leonard, je me serais retrouvée perdue sans savoir par où commencer et j'aurais sûrement commis des erreurs. »

Clara Guénand
Marketing manager chez Econocom

Pour Econocom, les contraintes, les difficultés et les points de vigilance soulevés tournaient autour des 3 points suivants :



La maîtrise du budget



La nécessité de traiter avec un organisme de formation afin d'utiliser le budget dédié



La confiance vis-à-vis du prestataire

Le bon compromis a été trouvé grâce à la magie de Merlin et au génie de Léonard, experts reconnus du *marketing automation*.



Le déploiement de Marketo

Les équipes d'Econocom ne savaient pas par où et comment commencer avec Marketo... Elles se sont tournées vers Merlin/Leonard pour se faire accompagner dans le déploiement de la solution. En tant qu'expert du marketing digital et du *marketing automation*, Merlin/Leonard a permis de prioriser les actions, afin de ne pas mettre la charrue (les campagnes) avant les bœufs (les réglages, le *scoring* et la formation des équipes) !

« *Merlin/Leonard a été force de proposition sur les bonnes thématiques à aborder et a su nous accompagner dans leur priorisation.* »

Clara Guénand
Marketing manager chez Econocom

En février 2018, un premier workshop a permis de poser les bases du projet, de planifier le déploiement de Marketo et de connaître la solution dans ses moindres détails (ses forces... et aussi ses faiblesses !).

Une série de 5 workshops

5 sessions d'une journée ont été programmées jusqu'à la fin avril 2018 : ce fut également l'occasion pour Merlin/Leonard de commencer à établir un programme opérationnel de *scoring*. Ce *scoring* vise à définir une segmentation prédictive des achats en affectant un score à un client ou à un potentiel prospect, en fonction de ses différentes actions. C'est un préalable indispensable à toute stratégie de *marketing automation* !



Le RGPD et les invasions barbares

En mai 2018, l'arrivée du RGPD a obligé de nombreuses entreprises à adapter leur organisation interne, la collecte et la gestion des données ainsi que leurs outils de marketing digital. Econocom n'a pas échappé à la règle et a souhaité mettre en place un [centre de préférences](#).

Centre de préférences : la méthode Merlin/Leonard

Ce module de gestion des paramètres d'abonnement permet aux utilisateurs de choisir précisément les données qu'ils souhaitent partager avec l'entreprise ainsi que les modalités et les préférences de communication. Econocom a pu concevoir son centre de préférences lors d'un workshop proposé par Merlin/Leonard et s'assurer ainsi de l'adéquation de ses campagnes avec cette nouvelle réglementation. Ce projet est aujourd'hui toujours en cours : Merlin/Leonard accompagne encore les équipes d'Econocom dans le suivi et l'échange d'expérience.

Un accompagnement au long cours

L'accompagnement de Merlin/Leonard s'affine sur la durée pour coller aux évolutions des besoins du client. Il est ainsi possible de programmer un workshop ponctuel pour discuter technique avec Léonard ou partager ses dernières recettes avec Merlin. Par exemple : « Créer ma première campagne Marketo ».

« Nous avons vraiment l'impression d'être accompagnés par une personne d'Econocom du début jusqu'au suivi des résultats. »

Clara Guénand
Marketing manager chez Econocom

Une fois l'opérationnel en route, des actions de suivi et l'identification d'axes d'amélioration sont réalisées. Le **reporting** est tout aussi important : il permet aux entreprises accompagnées d'évaluer l'efficacité de leur démarche et les retombées de l'outil.

Des résultats à la hauteur des attentes

De cette expérience avec Marketo et l'accompagnement de Merlin/Leonard, Econocom tire un bilan très positif à tous les niveaux : **stratégique, technique** et **humain**.



Les campagnes en cours commencent à avoir des retombées positives sur l'entreprise. Econocom a ainsi pu remarquer une hausse du ROI des campagnes, un paramétrage optimisé et une baisse du taux de désabonnement.



La génération de leads qualifiés est satisfaisante.



Merlin/Leonard se tient à l'écoute d'Econocom et répond aux questions de son client dès que le besoin se présente.



La réactivité des équipes de Merlin/Leonard, qui mettent un point d'honneur à répondre dans les 24 heures, a été appréciée par l'entreprise.



Econocom se félicite de la relation de proximité qui s'est établie avec leur interlocuteur Léonard – Sylvain Davril.

« Sylvain fait preuve d'empathie et de pédagogie envers notre équipe et arrive parfaitement à se projeter dans nos problématiques. »

Clara Guénand
Marketing manager chez Econocom



Conscientes de leurs besoins, les équipes d'Econocom savaient ce qu'elles voulaient mais avaient besoin d'aide pour transposer ces besoins dans Marketo. Grâce à l'accompagnement de Merlin/Leonard, Econocom a pu profiter pleinement des possibilités de son chaudron magique Marketo. Ses équipes ont ainsi pu mettre en place des campagnes de *marketing automation* efficaces et se projettent facilement avec Merlin/Leonard pour continuer à les améliorer.

**Vous avez vous aussi besoin d'un accompagnement sur ces problématiques ? Envoyez-nous un pigeon voyageur !
Ou contactez-nous par des moyens plus appropriés...**

[CONTACTEZ-NOUS >](#)