

Réalisation de devis en ligne

Les activités de cette société sont la production et vente de capteurs solaires TGD (Très grande durabilité), armoires techniques, ballons d'eau chaude, régulations... Formations pour les installateurs et les Bureaux d'Etudes, suivi et gestion des installations solaires.

La société a besoin de se faire connaître auprès de ses partenaires, elle réalise très peu de communication institutionnelle. Le site Internet est la principale vitrine de la société. C'est un outil essentiel pour les intégrateurs mais aussi pour les clients finaux qui souhaitent connaître les produits.

La première version du devis en ligne fut présentée sous la forme d'un formulaire en HTML. Puis, ce formulaire a été remplacé par le téléchargement de documents PDF à remplir par le visiteur et renvoyé par celui-ci à la société. Le devis en ligne disponible sur le site Internet, permet d'élargir la prospection client de la société. Même si les intégrateurs sont agréés, ceux-ci ne sont pas liés par un contrat d'exclusivité. Le site permet donc de renforcer la communication à destination des clients finaux.

Afin de garder une traçabilité de la visite, l'internaute donne son mail et reçoit ainsi un retour automatisé de la part du service marketing. L'entreprise a rencontré des difficultés de référencement, ainsi qu'un problème de timing : le déploiement du site a mis plus d'un an, du fait d'un manque de ressources humaines en interne.

Actuellement, une réponse automatique de la part du service marketing est effectuée grâce au renseignement de l'adresse e-mail de l'internaute. Afin de pouvoir effectuer une prospection active, le formulaire peut demander en plus, un numéro de téléphone afin que le service commercial puisse effectuer une relance. De même, la demande d'information concernant la localisation géographique de l'internaute permet de joindre automatiquement avec le devis un document PDF concernant l'installateur agréé le plus proche, et le commercial de l'entreprise en charge de la localité. Afin de pouvoir répondre à la demande croissante des demandes faites en ligne, la centralisation des données vers le service marketing doit être redirigée vers les responsables commerciaux des différentes régions. Ainsi, la localisation de l'internaute faite précédemment permet de rediriger automatiquement la demande vers la personne concernée.