



# WEBINAR

**Sur fond de crise, nouvelle  
donne pour la génération  
de lead : comment  
continuer à générer des  
profils qualifiés ?**

Le 29 novembre 2022  
à 11h00



 2-30 MEDIA	 ADLOOP	 ADMITAD AFFILIATE	 ADTRACTION	 ADVENTURE Adventure Conseil	 ADVERTINE	 KREDITWEB	 KWANKO	 LE PARISIEN	 LEAD CREATIVE	 LEAD VALUE	 LITTLE SYSTEM
 AFFILAE	 AFFINICIA DATA	 AFILIZA	 ANTVOICE	 AVENT MEDIA	 AWIN	 LOUDING ADS	 Ma Digital Services	 MailXpertise	 MALINE	 MANAGED	 MARCEAU AVOCATS
 BEESMART	 CALOGA	 CARDATA	 CFC SERVICES	 CJ	 COMMANDERS ACT	 MARKETSHOT	 Medialisty	 MEDIAMOOV	 MINDBAZ	 MOJO	 NAIAS National Institute of Advertising Strategy
 COMPANEO	 CONFLUENT DIGITAL	 COOPER ADVERTISING	 DAISYCON	 DATAONDEMAND	 DDG DEFERRED BIDDING SERVICES	 OUEST FRANCE	 PERSPECTIVES AVOCATS	 PRISMA MEDIA	 QWAMPLIFY PERFORMANCE	 RAKUTEN ADVERTISING	 SALECYCLE
 DEVIS PLUS	 DIGIPERF	 DIGITAL CONTENT EXPERT	 DIGITALKEYS	 DMB	 EASYSVOYAGE	 SAVVOO	 Sekoya Digital	 SLS DATA	 Smartpush	 SQUADATA	 TAGADA MEDIA
 ECENTIME	 EDILEAD	 EFFINITY	 EGENTIC	 ELIXIS	 EVERMAPS	 TGS France Avocats	 TIMEONE	 TRADEDOUBLER	 TRADETRACKER	 Unify	 UZERLY
 FRANCE VERIF	 GLOBAL SAVINGS GROUP	 GROUPON	 GUIZARD AVOCAT	 HARLAY AVOCATS	 HAVAS MARKET	 WEBOFLY	 WEBRIVAGE	 WEENDEAL	 WELCOMING	 WELLPACK	 WISTER Mobile services
 HELLOPRO	 HOOTCOM	 HUMANOID	 INFOPRODIGITAL	 KELEOPS	 KELPROMO	 WIZALY	 YACLA	 YAHOO!	 YODOGE	 ZIFF MEDIA GROUP	

# LES SPEAKERS



Axel Huyghe  
*Directeur du  
développement*

 **infoprodigital**



Léa Labesse  
*Directrice  
Lead Generation*

• **TimeOne Group**



Laurent Jolly  
*Partnerships  
Manager*



Thomas Robine  
*CEO*

**edilead**  
QUALITY LEAD GENERATION

Et avec la participation de



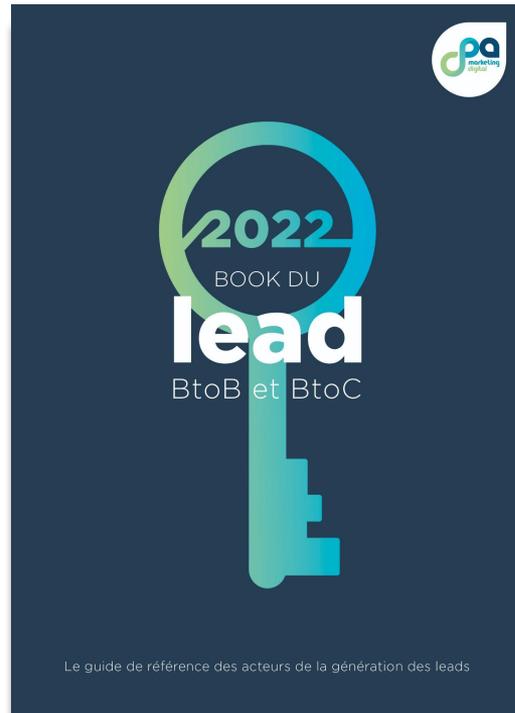
Domitille Philippe  
*Senior Counsel*



H A R L A Y  
A V O C A T S

# Book du Lead - nouvelle édition

Réalisé avec la contribution des  
membres du Collège Lead du CPA



# Programme du jour

1

Tendances & état des lieux

2

Valoriser la Leadgen

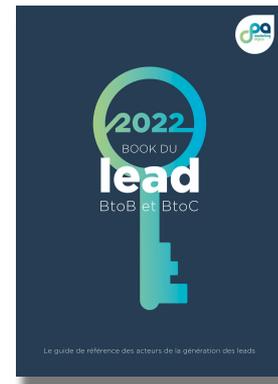
3

Perspectives 2023



# Définition du lead

“ *Un lead est un prospect ayant exprimé une intention claire d'achat d'un produit ou d'un service et ayant confirmé sa volonté explicite d'être contacté* ”



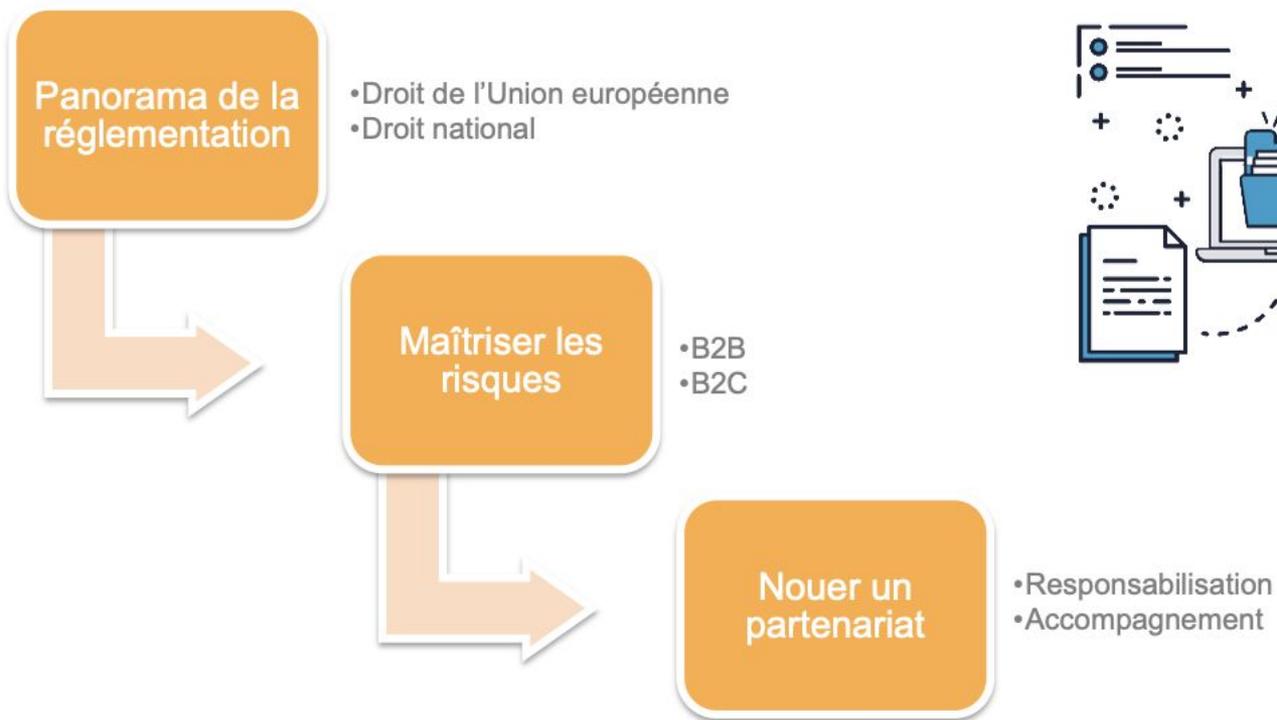


# **Tendances / Etat des lieux**

# Evolution : du mono-levier au multi-leviers

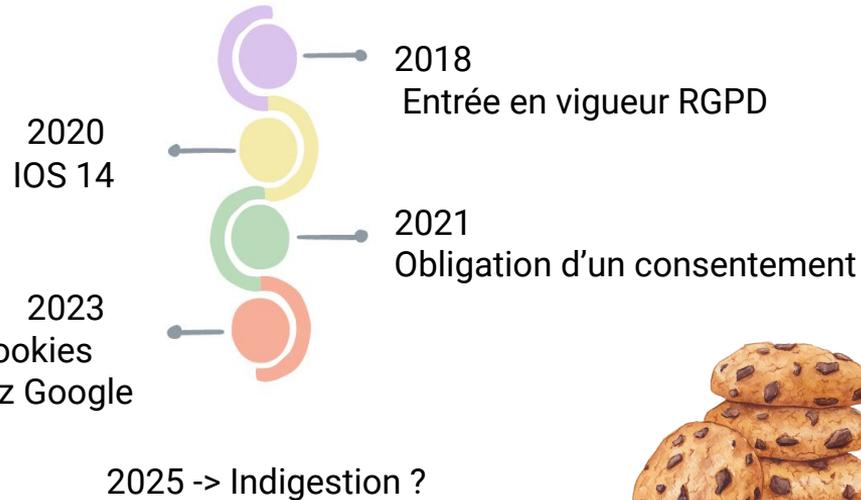


# Cadre légal

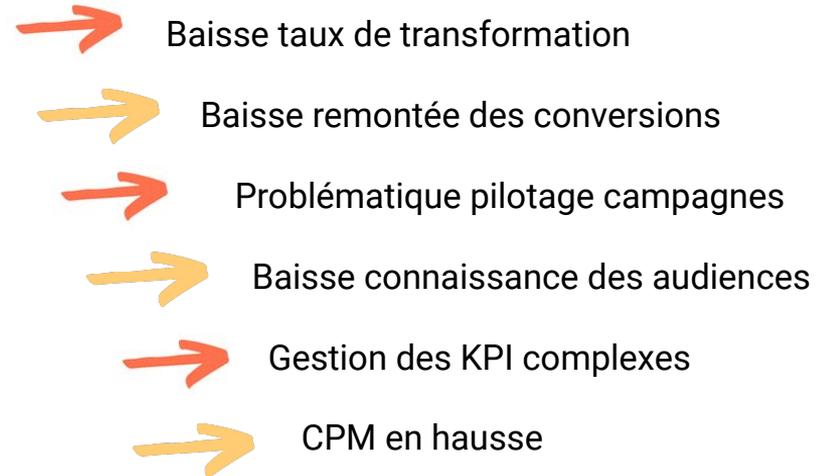


# Conséquences

## Chronologie



## Conséquences pour la Lead Gen



Constats



Des trends de  
livraisons à respecter

Des annonceurs à  
éduquer

# Collecte de masse vs collecte de leads qualifiés

70% des entreprises en 2022  
disent préférer la qualité à la quantité



1 Des supports  
optimisés



2 Un traitement  
renforcé des leads



3 Des analyses  
poussées

LEAD

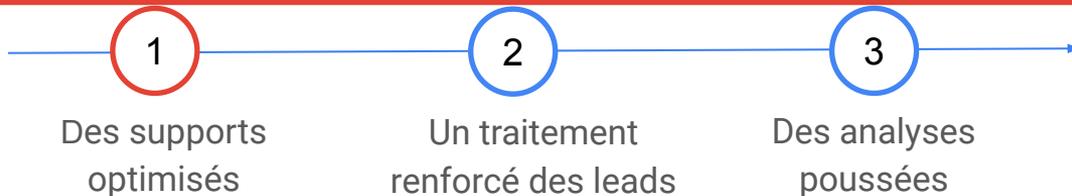


LEAD QUALIFIÉ



PRISE DE RDV

# Collecte de masse vs collecte de leads qualifiés



Les supports de collecte sont de plus en plus complets :

- ➔ Indication de rappel sur toute la LP
- ➔ Intégration de datepicker → optimisation du temps d'appel / joignabilité
- ➔ Intégration de questions complémentaires
- ➔ Ajout d'un opt'in lié au service

Je souhaite en savoir plus

Nom\*

Prénom\*

Téléphone\*

Email\*

Valider

\* champ obligatoire



Je souhaite être rappelé(e) par un conseiller dédié

Nom\*

Prénom\*

Téléphone\*

Email\*

Quel est votre fournisseur actuel ?\*

Date souhaitée de rappel

● Décembre 2020 ●

L	M	M	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

En cochant cette case vous acceptez d'être recontacté(e) par Conso Énergie\*

\* champ obligatoire

Être rappelé(e)

# Collecte de masse vs collecte de leads qualifiés



## Une fois le lead collecté des traitements sont appliqués :



Des filtres sont de plus en plus restrictifs → jusqu'à 10 filtres sur certaines campagnes (date d'intention, âge, géolocalisation, éligibilité au produit, etc.)

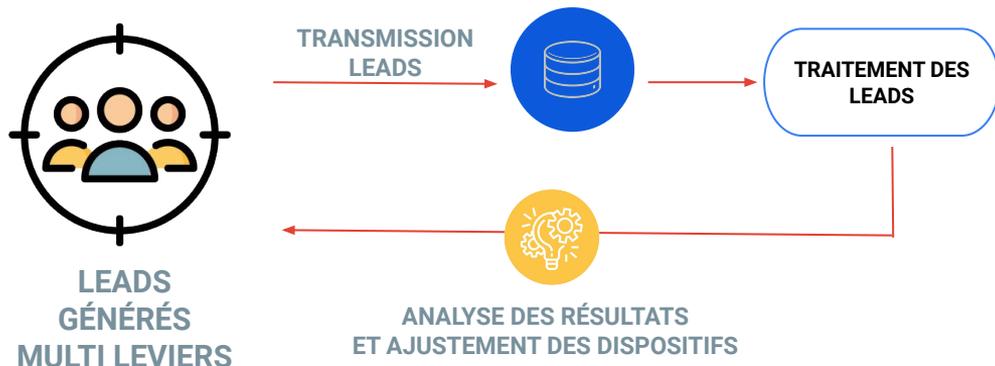
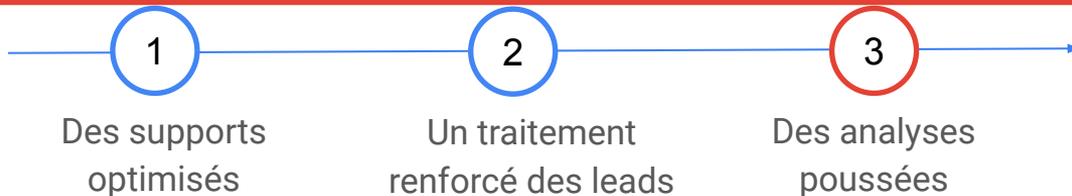


Des outils de vérifications sont activés : adresses emails (bounces), adresses postales (RNVP), push téléphone



Des dispositifs complémentaires de qualification des leads sont apportés → requalification du besoin par téléphone, double optin

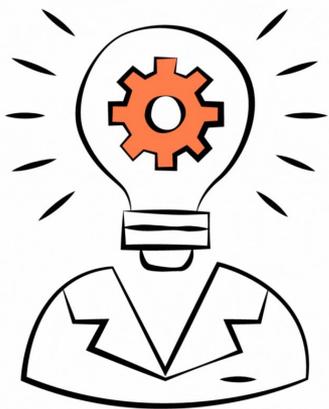
# Collecte de masse vs collecte de leads qualifiés



Une analyse poussée du ROI  
→ des optimisations adaptées  
→ des best practices

PILOTAGE GLOBAL □ PILOTAGE GRANULAIRE

## Solutions mises en place



Donne de la valeur à la landing page (Dispositif Cookies)

Mise en place du Server To Server (S2S)

Hachage des données

Outil de tracking déporté et Pilotage Live



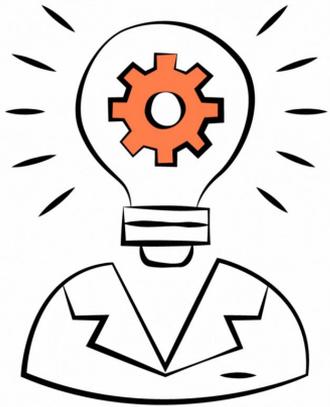
## Solutions mises en place

Test & Learn tous azimuts

Personnalisations

Data quality

Lead Management



# Focus leviers

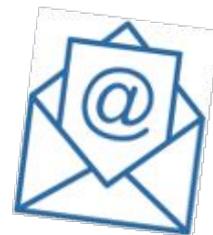


Emulateur & Marketplace

Télémarketing

EMAIL à la perf

Tik Tok



# Focus Marketplace B2B

## VIDEO-SURVEILLANCE, TELE-SURVEILLANCE, ALARME, Comparez les Installateurs et Economisez 35% !

Comparez les devis de plusieurs spécialistes  
près de chez vous !



Quel(s) type(s) de sécurité des locaux recherchez-vous ?

- Vidéosurveillance
- Télésurveillance
- Contrôle d'accès par badge, clavier à code...
- Système d'alarme

CONTINUER >

Quel type de locaux souhaitez-vous sécuriser ?

- Bureaux
- Café Hotel Restaurant
- Commerce
- Entrepot / usine
- Parking

CONTINUER >

Votre code postal nous permet d'identifier les  
fournisseurs localisés près de chez vous.

Quel est votre code postal ?



CONTINUER >

Bonne nouvelle ! Nous avons identifié des  
fournisseurs répondant à vos besoins.

A quelle adresse email voulez-vous recevoir vos devis ?

CONTINUER >

# Focus leviers

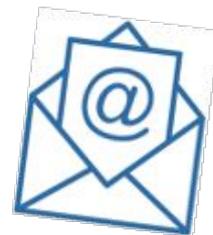


Emulateur & Marketplace

Télémarketing

EMAIL à la perf

Tik Tok





# Valoriser la LeadGen

# Valoriser la LeadGen



Cadre législatif contraignant (RGPD, CNIL...)



Diversification des moyens de productions des leads (emailing, ads, télémarketing, etc.)



Exigence accrue des directeurs acquisition sur les moyens (qualité, trend, leviers...)



# Valoriser la Leadgen

Un modèle économique  
séduisant

Une augmentation  
des coûts de production

Une valeur ajoutée  
sous-estimée

Vers une augmentation  
des CPL





# Perspectives

# Emergence nouveaux supports



## Innovations BtoC

Videos

TikTok, beaucoup de développement à venir snapchat /  
Pinterest

Gif sur le native Ads

Chat Live, personnalisation de la discussion

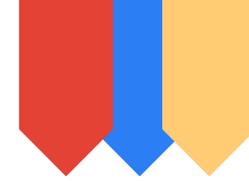


## Innovations btob

Growth hacking pour générer des leads BtoB à faible coûts



Un horizon basé sur l'exigence



**Régulation & transparence**

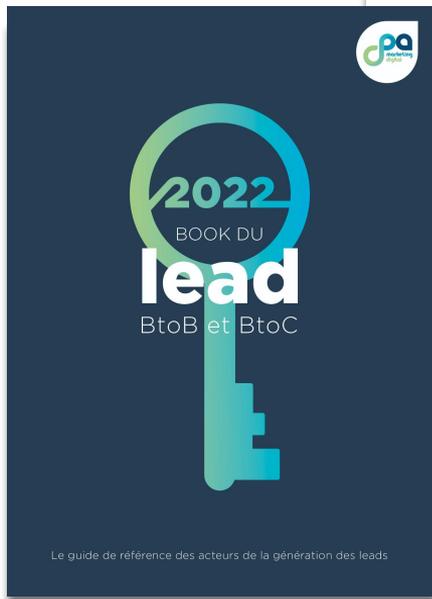
**Co-construction**

**Recherche de la rentabilité**

**Partenariat & efficacité**



# L'indispensable Book du Lead




- LE MOT DU PRÉSIDENT ..... p. 00
- ÉDITO ..... p. 00
- LEAD GÉNÉRATION & RGPD ..... p. 00
- CONTENU DE L'INVENTAIRE PAR SOCIÉTÉ ..... p. 00

- ■ ■ PRODUCTEURS DE LEADS
- Xxx ..... p. 00
- Xxx ..... p. 00
- ■ AGENCES
- Xxx ..... p. 00




**Producteur de leads**

**elixis**  
4 rue Rogemont  
75009 - Paris

**Contact :**  
Julien GRANARI  
T. 06 61 40 08 54  
EJ.jgranari@elixis.com

**Création :** 2005  
**Salariés :** 18  
**CA :** Moins de 1M€

**BtoC**

- Finance / Assurance / Défisicalisation
- Immobilier / Travaux / Habitat / Services

**■ CONTRÔLE QUALITÉ**

- Critères sélectionnés et nettoyage formulaire
- Contrôle validité Téléphone
- Contrôle validité E-mail
- Transmission leads en webservice

**■ VOLUME ANNUEL DE LEADS**

Plus de **500k**

**■ TYPOLOGIE DE LEADS**

- MUTUALISÉS
- EXCLUSIFS

**■ COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE**

FRANCE 

**■ RÉFÉRENCES**

- NC

Le guide de référence des acteurs de la génération de leads

# Session

## Questions / réponses

