



# Peugeot optimise ses tunnels de conversion & augmente le volume de leads qualifiés

## LA MISSION

Equipe client : Directeur Performance Digitale + Chef de projet UX

Notre équipe : Manager + Consultant Digital Analytics & Conversion Senior

## LES OUTILS



## ENJEUX & OBJECTIFS

- Travailler l'engagement des internautes à tous les niveaux du parcours
- Accroître la génération de leads qualifiés
- Maximiser l'engagement de l'utilisateur



## NOTRE RÉPONSE

- Etudes des parcours clients
- Idéation & constitution d'un plan de tests
- Définition des indicateurs et construction des variations
- Go Live & Suivi des performances



## RÉSULTATS

- Optimisation des tunnels de conversion
- Augmentation du volume de leads qualifiés

+49% de leads qualifiés

Les campagnes pop-in ont généré 432 nouveaux leads et 34 ventes en concession



FR : Ajout d'un CTA / génération de leads vers les formulaires

56 campagnes actuellement déployées sur le site

Sur les parcours offres et configurateurs

En desktop et en mobile

Pour les prospects froids, tièdes et chauds

Depuis février 2018, les pop-ins de lead generation ont engendré :

- 432 nouveaux leads
- 34 ventes en concession
- soit un taux de conversion de 7.9%