

Amorcer la prise de contact avec les internautes

Avec 40 noms de domaine aboutissant au même service en ligne, AS Courtage ratisse large. Pour ce courtier en assurances de prêt, le web est son principal outil de travail. Il exploite une possibilité apparue dans la loi Lagarde de 2010 autorisant les emprunteurs à comparer les assurances de prêt. Mais Alain Habbuloglu, fondateur du cabinet lyonnais de dix personnes, voulait ajouter au net un outil de communication plus personnel. « Certains clients signent leur contrat en ligne, après avoir posé quelques questions par courriel, note-t-il. Mais d'autres ont besoin d'être rassurés et veulent parler à un conseiller. » Le téléphone s'imposait donc. Mais pas à n'importe quelle condition. Pas question, en effet, que le client débourse pour se renseigner. Et AS

Courtage n'y trouverait pas son compte en rappelant gratuitement ses clients pour des communications pouvant dépasser trente minutes.

La solution est venue d'Idelio, spécialiste de la relation client. Son offre a séduit pour deux raisons. La première, c'est la mise en place sur ses sites web du bou-


ton de rappel automatique. Pour entrer en contact avec un conseiller, l'internaute clique sur ce bouton et saisit son numéro dans le pop-up qui s'affiche. L'automate chez Idelio rappelle simultanément le prospect et le conseiller.

LE PROJET

Objectif : trouver une solution économique de contact avec les internautes.

Solution : bouton click to call sur les sites web et forfait illimité, fournis par l'opérateur Idelio.

Une activité décuplée

L'autre atout est le tarif forfaitaire pour des communications illimitées, même avec les mobiles. Cette solution a permis à Alain Habbuloglu de décupler son activité. « Lorsque j'exerçais ce métier en face-à-face, je faisais une dizaine de visites par jour, résume-t-il. Aujourd'hui, ce sont quotidiennement 1 500 prospects qui visitent mon site. » 

JEAN-PIERRE SOULÈS