

Comment les sondages aident les équipes marketing à créer des campagnes efficaces



Exploitez vos données de sondage pour optimiser le parcours client

En marketing numérique, le clic est roi. En effet, chaque clic traduit une préférence, une intention ou encore un manque d'intérêt d'un client. Vous devez donc capturer et décoder ces clics pour personnaliser votre approche des clients. Les marques qui réussissent ont démontré l'importance de cette personnalisation et son impact sur les ventes et la fidélité des clients.



37 %

des clients placent les transactions personnalisées en tête de liste de leurs interactions préférées.

Les recommandations d'achat sur Amazon ou les suggestions sur Netflix en sont le parfait exemple : avec leurs attentions personnalisées, ces plateformes ont habitué les consommateurs à être reconnus pour ce qu'ils sont et ce qu'ils aiment. [Plus de 85 % des spécialistes du marketing mobile](#) estiment leurs efforts de personnalisation payants, avec notamment un meilleur engagement et une hausse du chiffre d'affaires et du taux de conversion.

À l'heure de l'hyper-personnalisation, les entreprises doivent aller au-delà des données brutes pour comprendre l'histoire qu'elles racontent. De la sensibilisation à la rétention, en passant par l'achat et la fidélité, les sondages permettent de collecter du feedback à chaque point de contact avec le client pour enrichir son expérience tout au long de son parcours.

C'est ce qu'on entend par « donner la parole au client ». Les sondages peuvent vous aider à comprendre ce qui se cache derrière chaque clic. Ces informations sont essentielles pour développer des expériences plus intéressantes et des campagnes personnalisées qui vous permettront de convertir vos prospects en clients, et même d'en faire de fidèles ambassadeurs.

Donner la parole à vos clients vous permettra de répondre aux questions suivantes :

- Quels messages attirent l'attention ?
- Comment intéresser mes prospects ?
- Que pensent nos clients de notre marque ?
- Comment rester sur le radar des consommateurs ?

Exploitez vos données de sondage pour favoriser la notoriété, les achats et la fidélité

Les sondages peuvent vous aider à transformer vos prospects en clients grâce à des communications, des offres et du contenu pertinents à chaque étape des parcours d'achat et après-vente. Les données de sondage permettent aux marketeurs de définir des profils d'acheteurs, ou buyer personas, d'enrichir leurs leads et de les segmenter afin de proposer une expérience personnalisée et plus pertinente. Les équipes commerciales peuvent quant à elles mieux cerner les comportements d'achat et ainsi créer des modèles de vente plus performants.

Sondez vos prospects et clients pour :



Identifier et segmenter votre population cible



Tester la notoriété de votre marque et la suivre



Tester vos publicités, notamment vos concepts, offres et messages



Enrichir vos leads grâce au feedback direct



Analyser le ressenti des clients



Réaliser des sondages de réussite/échec pour comprendre les comportements d'achat

« SurveyMonkey est facile à utiliser. Je peux créer des sondages rapidement et les rapports sont très pratiques. L'intégration à Marketo nous permet d'envoyer nos résultats de sondage directement vers notre base de données de prospects. »

Directeur marketing digital, CCH Tagetik

SurveyMonkey Entreprise pour le marketing

La solution SurveyMonkey Entreprise est conçue pour vous aider à relever les défis marketing les plus complexes de notre époque. Grâce à ses fonctionnalités avancées, vos marketeurs bénéficient rapidement d'informations précises sur les préférences et habitudes d'achat des clients.

Créez des sondages personnalisés à l'image de votre marque

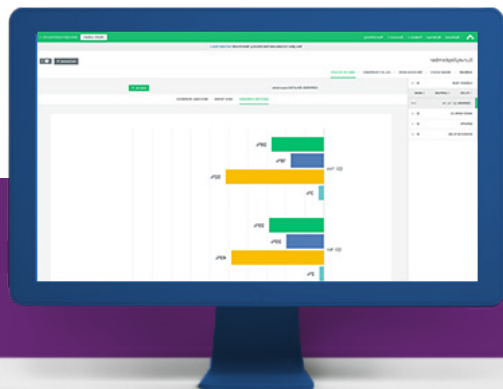
SurveyMonkey Entreprise vous aide à facilement créer des sondages efficaces grâce à plus de 100 modèles et 2 500 questions rédigés par des experts. Vous pouvez notamment personnaliser ces modèles avec le logo et les couleurs de votre marque, y intégrer vos tests de publicités, et bien plus encore. Personnalisez l'expérience de vos participants grâce à des thèmes personnalisés, des sondages en marque blanche ainsi qu'une banque de questions, des URL et des sous-domaines personnalisés. Créez des sondages à l'image de votre marque et ajoutez-y une page de remerciements personnalisée pour rediriger les utilisateurs vers votre site.

Collectez des données sur vos prospects à chaque point de contact, où qu'ils se trouvent

Collectez des données tout au long du parcours client, à différents points de contact, que ce soit sur votre site, par email, sur les réseaux sociaux, sur votre application mobile et même sur le terrain avec des codes QR. Utilisez l'application mobile SurveyMonkey Anywhere pour transformer n'importe quel appareil en kiosque et recueillir du feedback lors d'événements, en magasin ou dans la rue, avec ou sans connexion ! Les sondages multilingues SurveyMonkey prennent en charge 57 langues différentes pour vous permettre de toucher des utilisateurs dans le monde entier.

Automatisez vos sondages et partagez facilement les données avec votre équipe

SurveyMonkey Entreprise favorise une collaboration plus efficace en mettant les données collectées à disposition de tous les membres de votre équipe qui en ont besoin. Intégrez vos données de sondage à plus de 100 applications différentes, notamment Marketo, Eloqua, Salesforce ou encore Tableau. Nos intégrations permettent à vos équipes d'utiliser les données dans le cadre de processus automatisés et de vos workflows existants. Enfin, les groupes de travail aident les équipes étendues à collaborer sur plusieurs projets et à en facilement partager les résultats.



Comment une entreprise a utilisé les sondages pour identifier les opportunités de vente et les intentions d'achat



Étude de cas :
Segmentation de la population cible



Produit :
Marketo



Facteur de succès :
Augmentation des MQL

Un important institut de formation cherchait à mieux comprendre les marchés et les verticaux présentant le plus fort potentiel de vente afin de mieux prioriser ses opérations commerciales. En tant qu'utilisateur de Marketo, cet institut savait que sa base de données de prospects et clients pouvait l'aider à obtenir des réponses, d'où son choix de faire appel à SurveyMonkey.

Après avoir reçu et analysé des milliers de réponses de sondage, ses équipes commerciales ont pu identifier les opportunités les plus prometteuses et ainsi proposer du contenu pertinent aux participants qui avaient exprimé un intérêt pour des tendances de marché et sujets spécifiques. De plus, grâce aux questions sur les intentions d'achat et cycles budgétaires incluses dans ses sondages, l'institut a pu intégrer ces informations à Marketo et automatiser des demandes de rendez-vous avec les prospects les plus qualifiés.

« L'intégration de SurveyMonkey à Marketo nous a permis de faire des économies d'échelle, tout en proposant un contenu personnalisé au client final. »

Développeur Web et spécialiste en stratégie numérique
Institut de services de formation

Envie de vous lancer ?

[Nous contacter](#)

[En savoir plus](#)