



SUCCESS STORY

Comment Toyota a augmenté de 166 % le nombre de demandes d'essai routier grâce à la Web Suite d'Insider

Exit intent popups

Segmentation

Surveys

166% de demandes de test routiers

54% de trafic sur les pages produits

12-18% du trafic dirigé vers les pages clés



En tant que marketeur, j'apprécie vraiment de travailler avec Insider. La plateforme apporte une agilité considérable à notre équipe, nous permettant de transformer nos idées en scénarios en temps réel, sans dépendre de l'IT, et d'observer les performances immédiatement."

 **TOYOTA** Marketing Director

Sommaire exécutif

Pour les clients, une voiture est souvent le deuxième achat le plus important après une maison. Toyota cherchait à renforcer cette relation client en guidant les acheteurs potentiels vers ses salles d'exposition pour un essai routier, étape cruciale pour augmenter les probabilités d'achat.

A propos Toyota

Toyota est une multinationale japonaise de l'automobile dont le siège se trouve à Toyota City, Aichi, au Japon. Fondée en 1937, l'entreprise fabrique et vend aujourd'hui des véhicules sous quatre marques. Toyota s'est fait connaître en tant que leader mondial dans le développement de véhicules électriques hybrides plus économes en carburant et a également été le premier constructeur automobile à produire plus de 10 millions de véhicules par an. Toyota emploie plus de 370 000 personnes, fabrique des véhicules sur tous les continents et vend des véhicules et des services connexes dans plus de 170 pays.

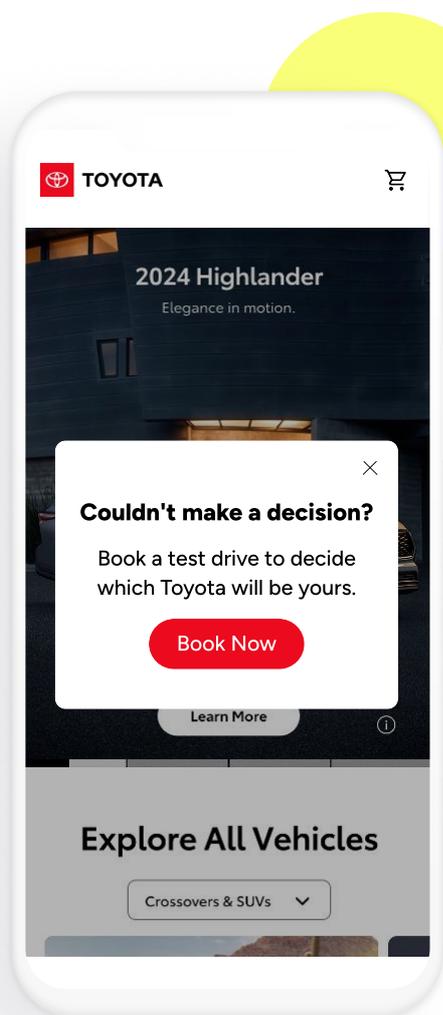
+1,200 marques dans le monde font déjà confiance à Insider

Pourquoi Insider?

Lors de ses recherches, Toyota a été impressionné par les fonctions de personnalisation d'Insider, qui permettent à l'entreprise d'établir de solides relations avec ses clients pendant le long cycle de vente typique de l'achat d'une nouvelle voiture. Toyota a apprécié la rapidité d'installation d'Insider et sa plateforme intuitive et conviviale, qui permettent à l'entreprise de personnaliser et de modifier les campagnes sans intervention du service informatique.

CAS D'USAGE #1

Augmentation de 166 % des demandes d'essai de conduite via les popups d'intention de sortie



Le challenge

Toyota voulait stimuler les demandes d'essai routier pour attirer plus de clients dans ses salles d'exposition. Bien que le site mobile attirait un trafic élevé, une majorité de visiteurs quittait sans réserver d'essai.

La solution

Insider a recommandé d'ajouter un bouton au bas de chaque page produit, demandant aux visiteurs de s'inscrire pour un essai gratuit. La plupart des visiteurs étant en train de rechercher des modèles de voitures, le fait de placer ce bouton sur une page produit avait plus de chances de les inciter à s'imaginer en train de conduire la voiture et à envisager une réservation.

Toyota a ensuite utilisé l'outil de gestion des bannières d'Insider pour créer une bannière contextuelle ciblant les visiteurs qui quittaient la page. La bannière demandait : « Vous n'arrivez pas à prendre une décision ? Réservez un essai routier pour décider quelle Toyota sera la vôtre » afin d'encourager les clients à se convertir.

Résultats

17%

des demandes d'essai (via le bouton PDP)

166%

d'augmentation des demandes d'essai (via le bouton PDP)



En utilisant la technologie Exit Intent d'Insider, nous avons ciblé les personnes qui quittaient la page de la campagne avant de réserver un essai routier. Les résultats ont été excellents : une augmentation de 166 % des demandes d'essai routiers.”

Marketing Director



CAS D'USAGE #2

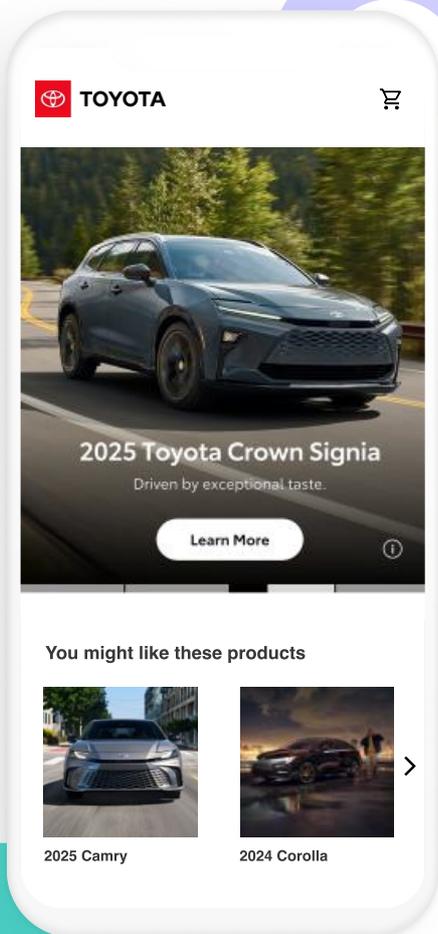
Hausse de 54% du trafic vers les pages produit grâce à l'accueil mobile personnalisé d'Insider

Le challenge

Toyota savait que pour accroître les essais routiers, il devait augmenter le trafic vers ses pages produit. Avec 30 % des recherches auto sur mobile, Toyota devait optimiser l'écran d'accueil mobile, qui était encombré et difficile à naviguer, entraînant des taux de rebond élevés.

La solution

Grâce à la Plateforme de Données Clients (CDP) d'Insider, Toyota a pu segmenter et optimiser l'accueil mobile, personnalisant l'affichage en fonction des comportements passés de chaque visiteur. Ainsi, les utilisateurs retrouvaient en premier les modèles qui les intéressaient le plus, réduisant les obstacles pour l'exploration produit.



Nous avons simplifié la recherche de modèles spécifiques sur notre accueil mobile. Insider nous a permis de cibler les visiteurs avec des messages pertinents selon leur comportement et préférences.”

Marketing Director



Résultats

54%

d'augmentation
du trafic

Engagement et conversion des prospects via des enquêtes personnalisées

Le challenge

Toyota voulait maintenir l'engagement des visiteurs, s'assurant que la marque reste dans leur esprit tout au long du cycle d'achat.

La solution

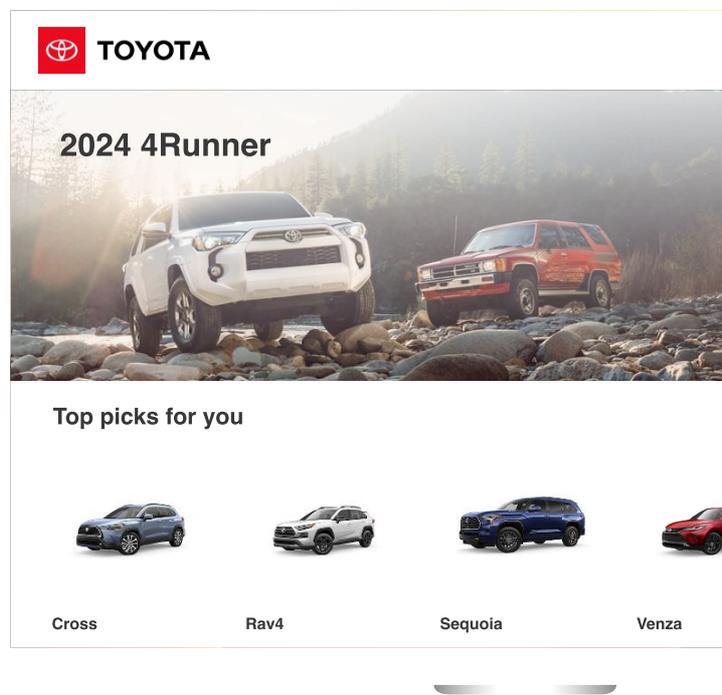
L'équipe d'Insider a recommandé des enquêtes segmentées en fonction des préférences et intérêts des visiteurs. Toyota a lancé une campagne d'engagement ciblant les modèles hybrides, cherchant à comprendre le niveau de connaissance et les attentes des visiteurs. Les participants à l'enquête recevaient des messages personnalisés et informatifs, renforçant la notoriété des fonctionnalités clés de Toyota.

En fonction des réponses, des messages contextuels ont été affichés pour informer les visiteurs sur les aspects méconnus des modèles Toyota, obtenant ainsi des taux de conversion vers les pages de campagne entre 12 % et 18 %.



Sur la base des résultats de l'enquête, nous avons présenté aux visiteurs des messages contextuels pertinents les informant des caractéristiques dont ils n'avaient pas connaissance. Nous avons ainsi obtenu un taux de conversion de 12 à 18 % vers les pages clés de la campagne ».

Marketing Director



Résultats

12-18%

hausse du trafic
dirigé vers les pages
clés de la campagne



En résumé

Toyota a exploité les solutions digitales d'Insider pour créer des campagnes personnalisées et engager les visiteurs de manière ciblée, réduisant les taux de rebond et augmentant les conversions. Après des mois à cibler les demandes d'essai routier, Toyota a atteint ses objectifs clés et amélioré sa relation client grâce à des expériences digitalement enrichies.

Perspectives d'avenir

Toyota envisage d'utiliser la plateforme Predictive Ad Audiences d'Insider pour identifier et segmenter les visiteurs plus susceptibles de remplir les formulaires d'essai routier. Ces segments prédictifs seront intégrés dans les campagnes publicitaires pour optimiser les dépenses et augmenter les demandes d'essai.



Fonctionnalité préférée

Exit Intent

L'outil Exit Intent d'Insider est la fonctionnalité préférée de Toyota, ayant permis une augmentation de **166 %** des demandes d'essai en ligne.

A propos d'Insider

Insider— une plateforme unique pour construire des expériences personnalisées et et cross-canal - permet aux spécialistes du marketing de connecter les données des clients à travers les canaux et les systèmes, de prédire leur comportement futur grâce à l'IA et de personnaliser les expériences clients. Les spécialistes du marketing utilisent la plateforme Insider pour offrir des expériences cohérentes et attrayantes sur des canaux tels que le Web, les applications, le Web Push, les Emails, les SMS et les applications de messagerie (WhatsApp).

Insider a récemment obtenu le statut de licorne et a été félicité par le NASDAQ pour être devenue l'une des rares licornes SaaS B2B fondées et dirigées par des femmes dans le monde. Insider a été nommée leader dans le [Gartner Magic Quadrant for Personalization Engines 2022](#), [The Forrester Wave for Cross-Channel Campaign Management 2021](#), et [IDC MarketScape: Worldwide Customer Data Platforms Focused on Front-Office Users 2021-22 Vendor Assessment](#).

SAMSUNG

GAP

Virgin

TOYOTA

MAC

L'ORÉAL

CNN

Santander

[Demandez une démo](#)

useinsider.com | info@useinsider.com