

CAS CLIENT – SGS AUTOMOTIVE

**Comment SGS
Automotive
a augmenté de 30%
son trafic web grâce
aux avis clients ?**



SGS



Client



“Leader mondial de l’inspection, du contrôle, de l’analyse et de la certification” : en quelques mots, voici comment présenter **le groupe SGS Automotive**.

Avec ses filiales dans le domaine de l’automobile, le groupe est implanté mondialement. En France, on retrouve notamment **SecuriTest, Autosécurité et VerifAuto** comme acteurs reconnus du contrôle technique... Et **Objectif Code**, acteur majeur du code de la route.

Du contrôle technique au code de la route, ces différentes filiales du groupe SGS poursuivent un objectif commun : **garantir une expérience client mémorable, tout au long du parcours client**.

Et pour atteindre cet objectif, le groupe a fait appel à Avis Vérifiés by Skeepers. Depuis 2021, notre solution de collecte, gestion et diffusion d’avis clients contribue à **l’amélioration des expériences clients**... Prêts à découvrir comment ?





SECTEUR D'ACTIVITÉ

Auto & moto



SITE WEB

<https://www.sgsgroup.fr/>



CLIENT AVIS VÉRIFIÉS DEPUIS

2021



PRODUITS AVIS VÉRIFIÉS

Avis marque, avis établissement

Harris BENGUÉ

Chef de produit Marketing

Avis Vérifiés by Skeepers nous permet d'être plus visibles et de rassurer nos clients. (...) Les avis en ligne nous aident également à renforcer le référencement local de nos différents établissements. Et en quelques mois seulement, les résultats sont déjà là, sur le SEO, le trafic et la conversion !



Challenges



Améliorer l'expérience utilisateur, tout au long du parcours client

Pour les différentes filiales du groupe SGS, le principal challenge est le suivant : **améliorer l'expérience des clients tout au long de leur parcours**. Par exemple, pour Objectif Code, ce challenge se manifeste par une optimisation de l'expérience candidat avant, pendant et après le passage de l'examen.

Pour atteindre cet objectif, la première étape était **d'identifier les points d'amélioration, d'enchantement et de frustration**, partagés par les utilisateurs. Du processus d'inscription au passage de l'examen final, les avis clients ont été une **mine d'or d'informations pour faire preuve d'amélioration continue**.



Challenges



Booster le taux de conversion grâce aux avis en ligne

Grâce à la collecte, la gestion et la diffusion d'avis clients, un deuxième challenge a pu être relevé. Le groupe SGS (et sa filiale Objectif Code en particulier) n'a pas seulement tiré profit des avis en ligne pour améliorer l'expérience client... Mais aussi pour **booster son taux de conversion !**

Près de 9 clients sur 10 s'appuient sur les avis en ligne avant de passer à l'achat (IFOP). Le groupe SGS Automotive l'a rapidement constaté. En diffusant des retours d'expérience fiables et transparents, tous les voyants sont passés au vert, au niveau des différents KPIs.



CAS CLIENT – SGS AUTOMOTIVE

Challenges



*“Depuis la mise en place du partenariat il y a quelques mois, nous avons observé une **hausse du taux de conversion de +2 points de pourcentage**. Cette hausse nous permet notamment d’aller chercher plus de volume entrant sur notre site Internet.” - Harris BENGUÉ, Chef de produit Marketing, SGS Automotive*



Solutions



L'avis établissement comme levier de réassurance

Passer son code de la route est un examen stressant. Pour s'assurer de vivre une expérience dans les meilleures conditions, les candidats sont très attentifs aux avis de leurs pairs.

Pour Objectif Code et le groupe SGS, il est donc indispensable **d'utiliser l'avis client établissement comme un levier de réassurance.**



Solutions

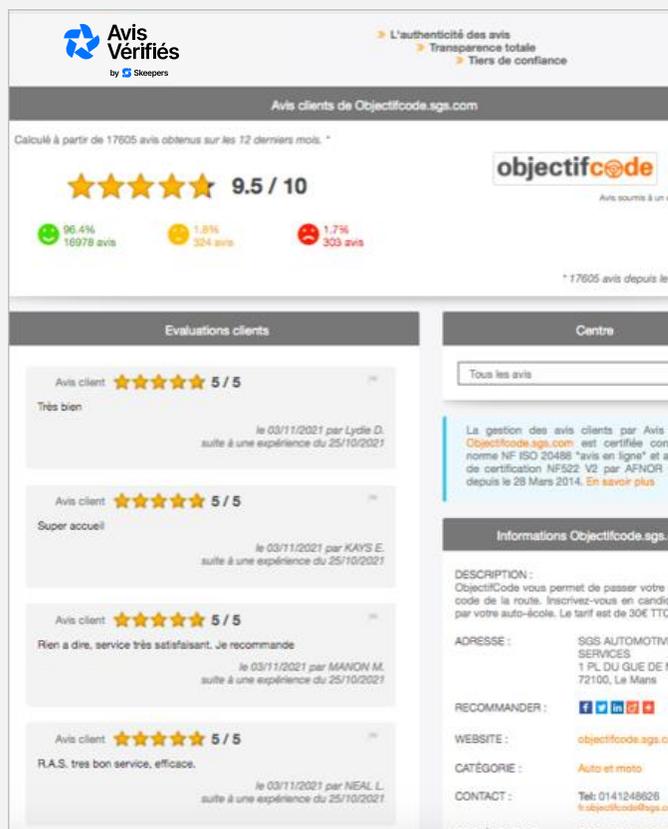


Pour rassurer les clients potentiels avant leur inscription, l'entreprise s'assure de partager les avis clients et/ou sa note moyenne à 360°:

- **Sur la page attestation Avis Vérifiés by Skeepers**
- **Sur la page d'accueil du site Internet**
- **Sur les pages locales Google My Business des différents centres d'examens**
- **Et même sur les réseaux sociaux !**



Solutions



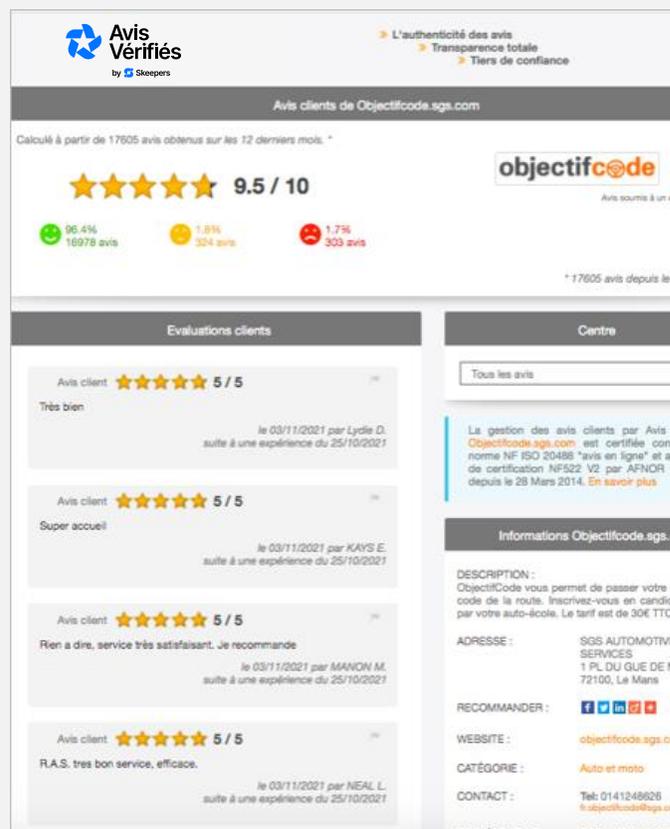
Une stratégie digitale Pour un impact local

Amélioration de l'expérience client, hausse de la conversion, effet de réassurance... Pour le groupe SGS Automotive et sa filiale Objectif Code, les bénéfices apportés par les avis clients sont nombreux.

En voici d'ailleurs un autre : **L'amélioration de la stratégie de référencement locale.**



Solutions



Grâce à Avis Vérifiés by Skeepers, l'entreprise a **multiplié par 10 le nombre d'avis collectés**, au sein des différents établissements locaux. Le volume de feedbacks (et la qualité des verbatims collectés) ont contribué à l'amélioration du référencement local, notamment à travers l'optimisation des fiches Google My Business.

*"Notre activité est très axée sur le local, avec nos différents centres d'examens. C'est pourquoi il était très important pour nous de travailler le référencement local. **Avis Vérifiés by Skeepers nous permet d'optimiser une partie de cette mission sur Google My Business**"- Harris BENGUÉ, Chef de produit Marketing, SGS Automotive*



Résultats

x10

Avis clients collectés

C'est l'augmentation du **nombre d'avis collectés** depuis la mise en place de la solution Avis Vérifiés by Skeepers. En passant par un tiers de confiance reconnu, l'entreprise **a multiplié par 10 sa collecte d'avis clients** : le succès de la sollicitation post-achat n'est plus à prouver !

4,5

Note moyenne

C'est la **note moyenne obtenue**, pour l'ensemble des établissements qui collectent des avis clients post-achat. Pour Objectif Code, cette satisfaction frôle l'excellence : **plus de 96 % de clients sont satisfaits** et ont attribué une note supérieure ou égale à 4 étoiles sur 5 !



Résultats

+2 pts
de pourcentage

Taux de conversion

C'est la **hausse du taux de conversion**, depuis l'utilisation de la solution Avis Vérifiés by Skeepers. En quelques mois seulement, cette augmentation témoigne de **l'impact des avis sur les décisions d'achat**.

+30%

Trafic sur le site web

La hausse du taux de conversion est étroitement liée à **l'augmentation du trafic sur le site web** de l'entreprise. Depuis la mise en place du partenariat avec Avis Vérifiés by Skeepers, les avis en ligne boostent le volume entrant sur le site Internet. C'est un véritable cercle vertueux : les avis permettent **un meilleur positionnement dans les moteurs de recherche, ce qui impacte le trafic et génère davantage de conversions !**





Prochain challenge : améliorer la modération des avis

Pour le groupe SGS Automotive et sa filiale Objectif Code, cette première année de collecte, gestion et diffusion d'avis en ligne marque **le début d'une nouvelle aventure centrée client.**

Le prochain challenge de l'entreprise ? **Optimiser l'étape de modération des avis clients.** Après la collecte via un questionnaire de satisfaction et avant la diffusion omnicanale, l'étape de modération est cruciale. C'est un moment clé du parcours d'écoute client, qui mérite des ressources dédiées.



CAS CLIENT – SGS AUTOMOTIVE



*“Nous avons décidé de **recruter un nouveau collaborateur**, pour travailler en partie sur la modération des avis et le suivi des performances Avis Vérifiés by Skeepers.*

*Notre objectif est **d’être beaucoup plus réactifs, pour améliorer l’expérience client** de nos utilisateurs.” Harris BENGUÉ, Chef de produit Marketing, SGS Automotive*





**Avis
Vérifiés**

by  Skeepsers

Every Opinion Matters

[Demander une démo](#)

