



Case Study Business Digital



Faire du site www.delta-neu.fr
un moteur du business de l'entreprise

Delta Neu, spécialiste de la filtration industrielle et expert de la qualité de l'air

Depuis 1974, Delta Neu conçoit et assemble des **matériels dédiés au traitement de l'air**. Pour faire face à l'enjeu que représente la qualité de l'air et apporter aux industriels des éléments utiles à la prévention des risques professionnels, Delta Neu s'engage depuis plus de 40 ans à **améliorer la qualité de l'air dans tous les secteurs de l'industrie**, dans le respect des réglementations en vigueur

Delta Neu a fait confiance à Synomia pour l'accompagner dans la digitalisation de son business, c'est à dire concrètement définir et mettre en place une stratégie de moyens pour faire levier sur le digital

Les points clés de notre collaboration



La technologie Synomia permet de comprendre l'offre et la demande du marché de l'aspiration industrielle, et ainsi de mettre en place une stratégie s'appuyant sur l'analyse des données



La direction Marketing et Communication de Delta Neu a pu construire une nouvelle stratégie digitale et dispose d'outils de pilotage précis de la performance par la data et connaît désormais le ROI des actions menées



Accompagner le comité exécutif de Delta Neu dans la transformation digitale de leur business à travers des workshops pour leur permettre d'en maîtriser tous les aspects



Résultat : Grâce à cette nouvelle organisation, les visites, devis et contrats ont significativement augmenté

+15%
de visite

+70%
de leads

+20%
de commandes sur
le canal digital

Contexte : Augmenter la part du chiffre d'affaires sur le canal digital

À l'heure de la transformation digitale, le web représente de formidables opportunités de business, que Delta Neu souhaitait exploiter de façon plus approfondie

L'entreprise veut faire de son site un outil efficace, permettant de générer des leads qualifiés qui généreront des ventes. Pour cela, elle souhaite avoir une vision complète du potentiel de business en ligne de son activité, l'aspiration industrielle

Objectif : Faire du site web le prolongement digital de la stratégie de Delta Neu

Pour cela, il faut repenser le site pour qu'il soit moins orienté sur la description des offres et plus customer centric, afin de capter de nouveaux prospects qui ne connaissent pas Delta Neu

Synomia va atteindre ces objectifs en répondant aux 2 questions suivantes :









Quels sont les sujets et centres d'intérêt des internautes pour rechercher un produit, un service ou des informations en rapport avec l'activité de Delta Neu ?

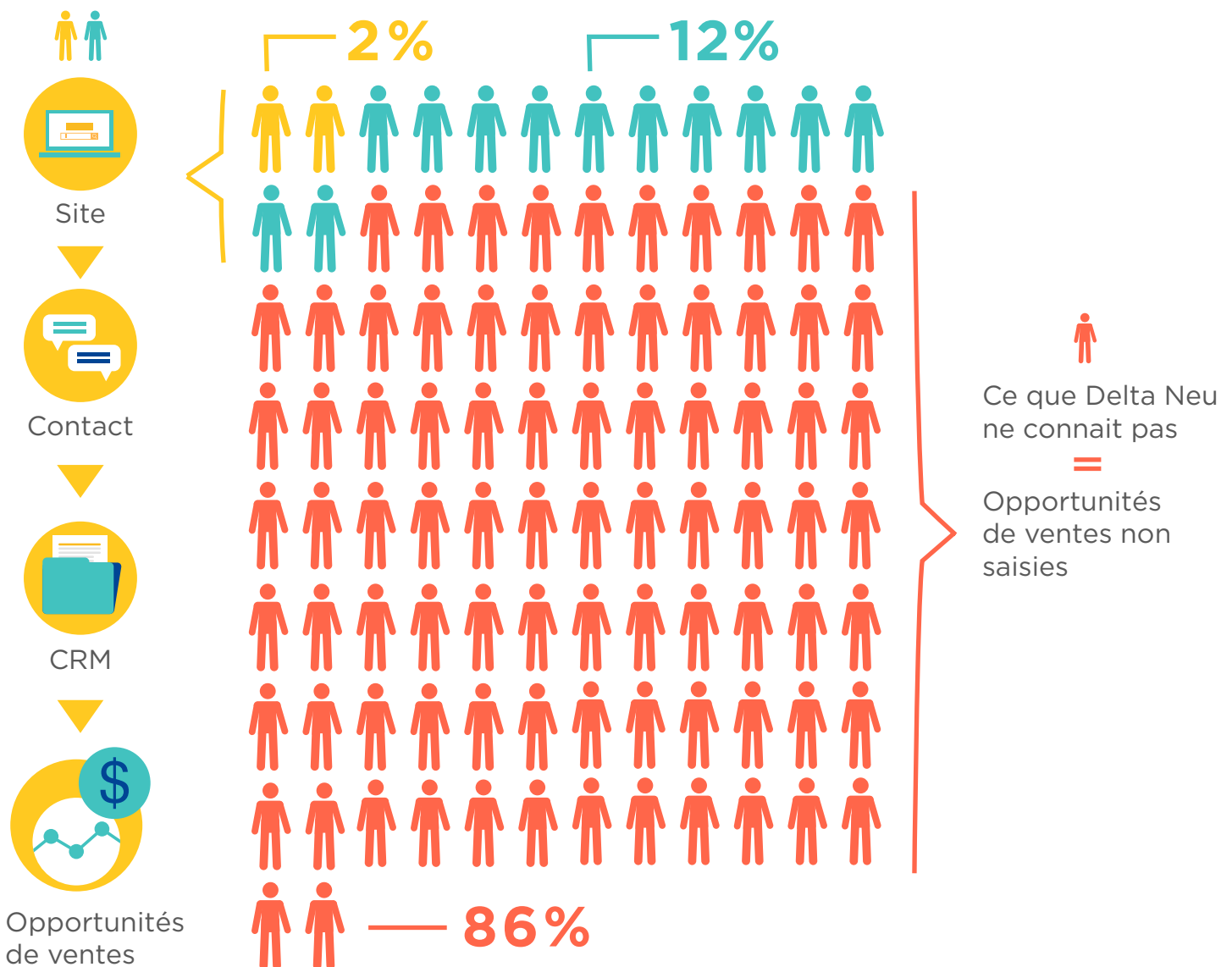


Comment optimiser le parcours client sur le site de Delta Neu et optimiser les conversions ?

Delta Neu a bien compris que le digital n'est pas que l'affaire du retail ou de la banque, il représente également des opportunités de business considérables pour les acteurs industriels

Étape 1 : Synomia permet à Delta Neu de mieux comprendre la demande : un potentiel de business sur le digital 6x plus important

-   Personnes qui connaissent Delta Neu (càd qui recherchent Delta Neu sur les moteurs de recherche)
-   Personnes qui trouvent Delta Neu sans les connaître (càd qui trouvent Delta Neu en recherchant sur les moteurs de recherche les quelques expressions sur lesquelles l'entreprise est visible : aspiration industrielle, débit d'air, média filtrant...)
-   Personnes qui ne connaissent pas Delta Neu et qui ne les trouvent pas alors même que leurs recherches sur le web sont directement en rapport avec les activités de Delta Neu



Grâce à sa technologie innovante, Synomia est capable d'appréhender le comportement des cibles de Delta Neu sur les canaux digitaux

Synomia permet donc à Delta Neu de découvrir son audience potentielle

Étape 2 : Du business plan digital à la stratégie de moyens

Connaître tous les éléments de langage de ses prospects n'est pas encore suffisant pour arriver à les capter

Créer des centaines de contenus en reprenant ces expressions ne garantit pas d'être visible sur les moteurs de recherche

Prenant en compte la concurrence digitale de manière exhaustive, les contraintes budgétaires et humaines, l'objectif est de prendre les bonnes décisions pour définir la stratégie la plus rentable en fonction de ses moyens

Pour cela, il est important de :



Cartographier son **écosystème digital** pour connaître l'ensemble des acteurs qui le dominent et captent donc les leads qualifiés qui intéressent Delta Neu
Repérer la position actuelle de Delta Neu sur cette cartographie ainsi que les **zones à investir prioritairement**



Construire la **feuille de route digitale** avec l'ensemble des actions à mener pour chaque levier d'acquisition (Brand content, SEO, Adwords, Réseaux Sociaux, RP digitales...)



Assister Delta Neu dans la **mise en œuvre de l'ensemble de ces leviers d'acquisition** (rédiger des contenus, gérer des campagnes, communiquer sur les réseaux sociaux, mettre en place des partenariats)



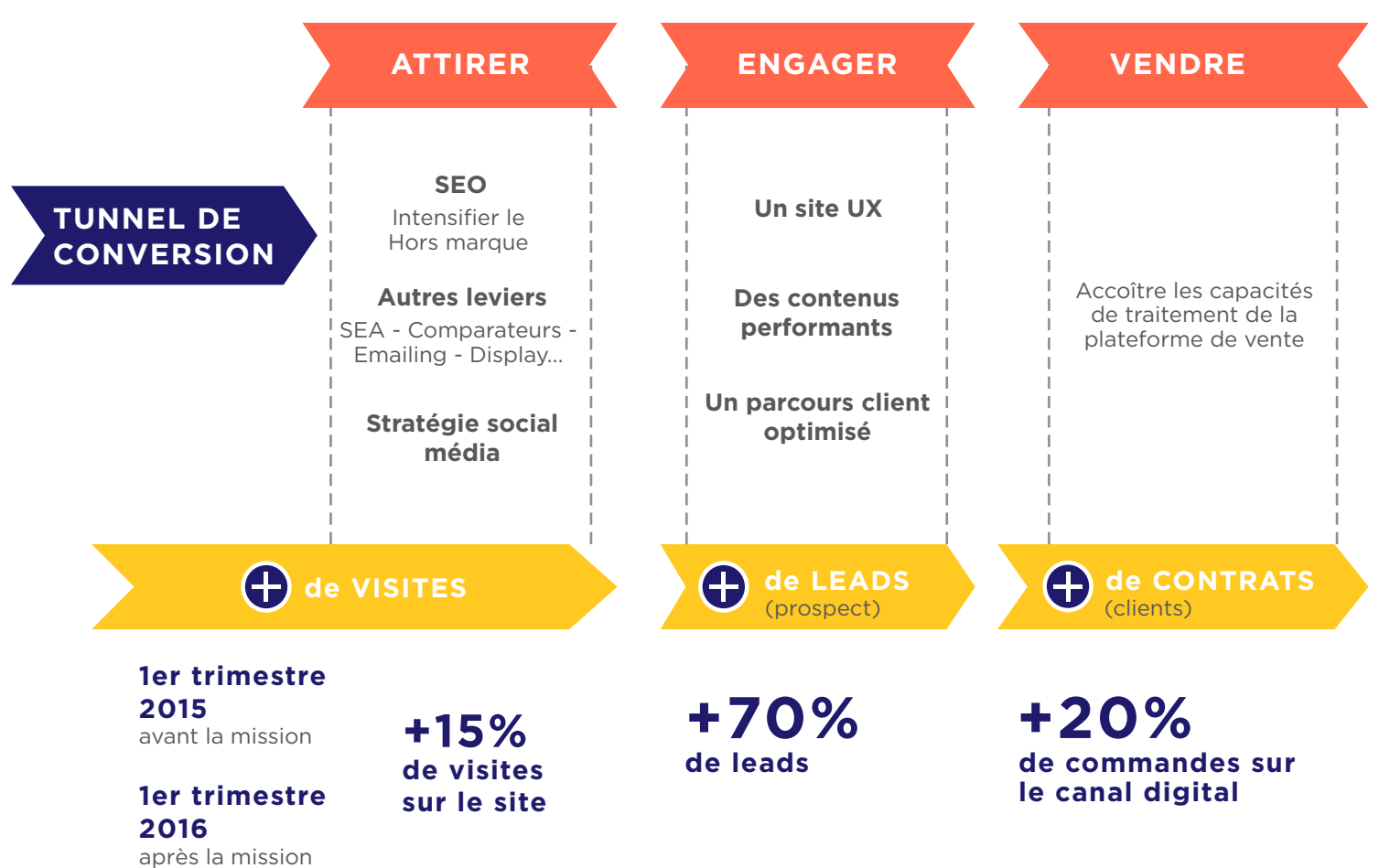
Définir le **parcours digital** le plus **optimisé** pour transformer un visiteur en lead qualifié (design, ergonomie, expérience utilisateur, tracking, contenus à télécharger...)

Étape 3: Résultats

L'ASPIRATION INDUSTRIELLE, UN RÉEL POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT VIA LE DIGITAL BTOB

▶ AUGMENTER LA PART DE L'ACTIF DIGITAL (site www.delta-neu.fr) DANS LA GÉNÉRATION DE LEADS

▶ RENFORCER ÉGALEMENT LA NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE



Témoignage client

Témoignage client

“Grâce à son approche qualitative basée sur une analyse détaillée des champs sémantiques à investir ou à développer, une méthodologie pointue et unique, Synomia nous permet de transformer notre site en un outil puissant au service du business. La réactivité et l’engagement des équipes sont de véritables gages de confiance pour tenir les objectifs fixés au départ”

Camille Marchica, Responsable Marketing et Communication,
Delta Neu

QUI SOMMES NOUS ?

Pionnier de l'Intelligence Artificielle et propriétaire de technologies de traitement des données sémantiques, Synomia transforme la data en insights pour permettre aux marques de mieux objectiver leurs stratégies et leurs dispositifs d'activation.

Avec un positionnement hybride technologie + consulting, Synomia donne accès à des insights dans une offre à 2 niveaux :

- en autonomie (SaaS) ou de manière assistée,
- dans le cadre de prestations de conseil stratégique et de déploiement opérationnel.

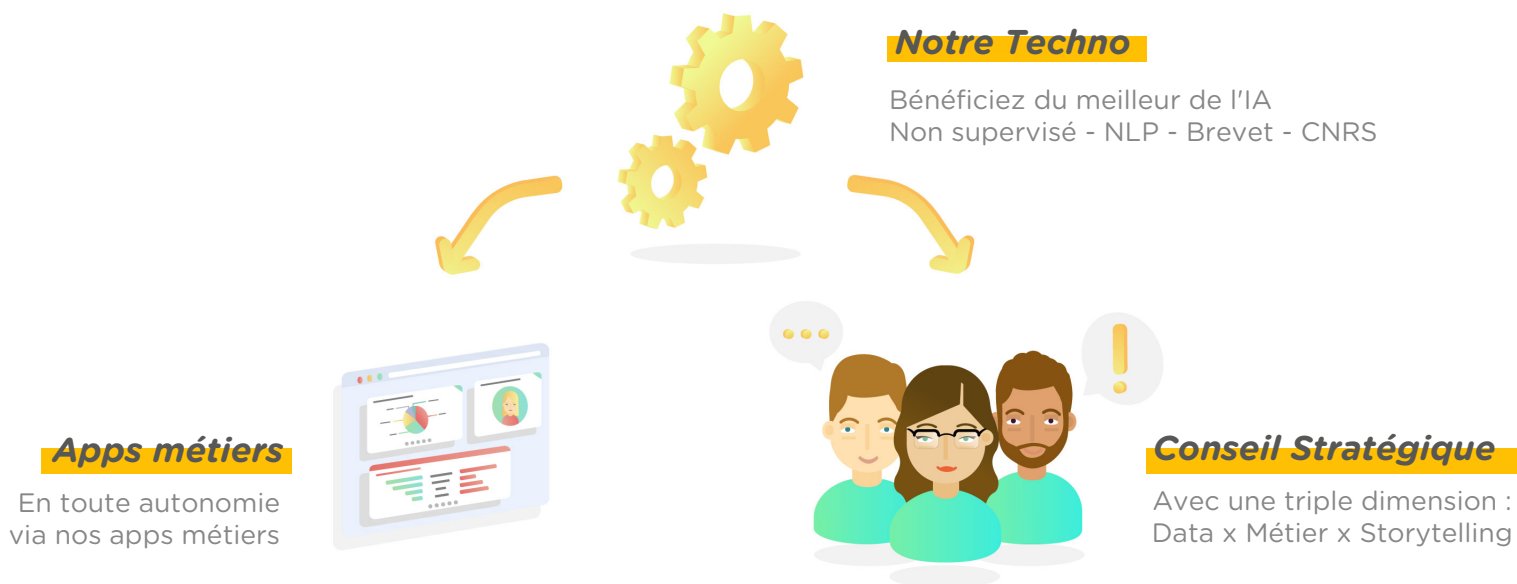
L'intelligence Artificielle couplée à l'Intelligence Humaine pour des solutions ad'hoc

Toute l'expertise et les capacités technologiques sont mises à profit pour répondre à 3 enjeux :

- la performance dans les dispositifs d'activation (stratégies digitales, branding)
- la connaissance clients et collaborateurs
- l'anticipation des tendances de demain (études prospectives)

150 annonceurs & acteurs du conseil font confiance à Synomia et combinent leur Intelligence Humaine avec l'Intelligence Artificielle :

- Des direction générales, marketing, digital, communication, études et insights, expérience client,
- Des agences créa et médias, cabinet de conseil en marketing, instituts d'études.



CONTACTEZ-NOUS !

Vous souhaitez en savoir plus sur notre IA, notre analyse et comprendre comment l'exploitation de la data peut répondre à vos différents enjeux ?



93 rue Nationale
92100 Boulogne-Billancourt

+ 33 (0)1 84 19 49 88
www.synomia.fr



DEMANDER MA DÉMO