

# Manufacturier Étude de cas

**PRÉSIDENT**  
P O R T E S - F E N Ê T R E S



# PRÉSIDENT PORTES - FENÊTRES.

## ACCÉLÉRER LES INITIATIVES DE MARKETING POUR ACCROÎTRE L'ENGAGEMENT, LES RÉFÉRENCES ET LA CONVERSION

### À PROPOS DU CLIENT.

President Porte-Fenêtres ( PFP ) est un chef de file dans l'installation de portes et de fenêtres sur le marché québécois. Elle opère principalement dans l'industrie de la rénovation B2C et a créé une UVP ; elle est la seule fenêtre sur le marché québécois qui combine un cadre en PVC injecté de mousse isolante avec une unité scellée à haute efficacité énergétique. Elle offre un produit unique au Québec et une performance énergétique inégalée.

### CHALLENGE AND BUSINESS PAIN POINTS.

PFP, bien que leader sur le marché des fenêtres et des portes, s'est fortement appuyé sur les moyens traditionnels de recrutement des consommateurs : télémarketing, appels à froid et services de porte-à-porte.

Elles sont désormais confrontées à une nouvelle réalité : pour connaître une croissance exponentielle, elles doivent intégrer une composante numérique à leurs stratégies, parallèlement à leurs méthodes traditionnelles, afin de répondre à la fois aux besoins d'une génération plus âgée et à ceux d'un nouveau groupe de propriétaires plus jeunes et férus de technologie.

La technologie de leurs produits parle d'elle-même pour ce qui est de rester à l'avant-garde et d'être innovant, mais leurs processus et leurs modes de communication doivent également être à l'avant-garde et utiliser les technologies numériques et intégrées afin de répondre aux demandes croissantes et aux attentes spécifiques de leur clientèle.

Comme les choses se faisaient auparavant par téléphone et sur papier, ils ont ressenti le besoin de numériser leurs processus.

L'entreprise avait deux objectifs principaux : améliorer le suivi et l'engagement des clients potentiels jusqu'à la conversion, et augmenter le nombre de suivis automatisés après l'achat, afin d'accompagner le client tout au long du processus de rénovation et de réduire la pression sur le représentant ou le vendeur qui doit assurer un suivi manuel constant avec le client.

Étant donné que les gens ne rénovent les fenêtres et les portes qu'une fois dans la vie d'un propriétaire, le réapprovisionnement n'était pas quelque chose de pertinent pour PFP, cependant, la vente croisée à ceux qui ont rénové un de leurs services, ou partiellement rénové, était importante.

Enfin, ils souhaitaient accroître le référencement auprès des amis et des membres de la famille afin d'augmenter les ventes et les revenus d'un client.

## RÉSULTATS ET IMPACT SUR L'ACTIVITÉ

## ENGAGEMENT OPTIMISÉ

grâce à des communications

## AUGMENTATION DES REVENUS

en augmentant la  
communication et la visibilité du  
programme de référence

## AMÉLIORER LA PRÉCISION

par une analyse avancée des  
campagnes, des données et des  
stratégies

**Connectez-vous  
avec nous**

**1-888-747-8210**

**info@solutionsmetrix.com**  
**solutionsmetrix.com**

# PRÉSIDENT PORTES - FENÊTRES.

## SOLUTION.

- **Un meilleur alignement entre les ventes et le marketing** : avec des équipes dispersées dans différentes régions, nous avons pu optimiser les processus et la collecte de données pour assurer la standardisation entre les ventes et le marketing.
- **Stratégie d'engagement de bout en bout** : nous avons aidé PFP à créer et à lancer une stratégie d'e-mailing complète tout au long du parcours de l'acheteur, y compris des stratégies de maturation et de renvoi.
- **Alignement du CRM et du marketing** : Le PFP a lancé un projet CRM avec Solutions Metrix en 2020. Avec cela, le projet d'automatisation du marketing s'est complètement aligné sur le CRM afin d'assurer la conformité légale des communications marketing.
- **Outils intégrés** : l'analyse du site web via Google Analytics (code de suivi web) et l'intégration sociale ont permis d'obtenir une vision à 360° des initiatives marketing.
- **Plateforme et meilleures pratiques du marché** : nous avons aidé PFP à créer, analyser et optimiser leurs stratégies marketing, en réalisant des programmes de tests A/B, des tests de contenu, ainsi qu'une formation complète sur les meilleures pratiques de l'outil.
- **Excellence du client grâce aux données** : grâce au lead scoring et à la segmentation des données, nous avons pu mieux analyser leur clientèle, leurs intérêts et leurs besoins, afin de leur fournir des communications plus pertinentes.
- **Une vision plus claire aujourd'hui et pour l'avenir** : la solution a été mise en œuvre avec un plan bien structuré, mais aussi une vision de ce qui est à venir. Ainsi, nous avons clairement défini les besoins actuels et les plus urgents pour une mise en œuvre rapide, mais aussi une feuille de route pour l'optimisation et les objectifs à long terme.

## CONCLUSION.

Solutions Metrix a appliqué son expertise et, en étroite collaboration avec l'équipe de PFP, a assuré la réussite de ce projet en atteignant leurs buts et objectifs de marketing.

Grâce à ce projet, PFP a acquis une meilleure compréhension de ses clients et de leurs points de communication tout au long du parcours de l'acheteur, et a optimisé le temps des équipes de marketing et de vente en automatisant les communications et les activités.

Ils assurent également une analyse complète de leurs campagnes afin de garantir une croissance et un engagement continus.