

Idelio élargit le rappel automatique à la vidéo et au QRcode

Créée en 2003 la société 3620 Numéro des marques est devenue Idelio en 2011. Si le nom a changé, ce n'est pas le cas de l'activité. Laquelle consiste à fournir et opérer des numéros courts (36 xx) pour les entreprises. Une activité qui s'est diversifiée, depuis 4 ans environ, vers les solutions de rappel automatique depuis les sites web, mais aussi les *e-mails*, dans les signatures des commerciaux où à travers les campagnes d'*e-mailing*. Des solutions disponibles à partir de 49 euros HT par mois.

Pour mémoire, le rappel automatique est un service qui permet à l'utilisateur d'être appelé par un correspondant (commercial, technicien...). Un système particulièrement prisé du *e-commerce*. « *Le taux de transformation augmente de 50 % grâce au rappel, indique Jacques Pilorge, directeur commercial, et le panier moyen de 20 %.* » Un système de plus en plus sollicité par les sites de commerce en ligne. « *En B2B, il y a des points de rappel automatique partout pour déclencher le contact, d'autres visent des prospects plus ciblés, explique notre interlocuteur. L'objectif reste de développer les ventes.* »

Depuis fin 2011, Idelio a enrichi son offre en intégrant la solution dans les vidéos et les QRcode. « *Dans la vidéo, qui constitue l'un des avenir du web, on peut faire déclencher un rappel à n'importe quel moment. Il y a une mini pop-up qui s'ouvre et propose la saisie numéro pour que l'utilisateur puisse être rappelé s'il le souhaite.* » Le QRcode, qui propose le rappel automatique quand on le « flashe », ouvre un nouveau canal de diffusion au système de mise en contact : l'affichage papier. Une alternative pertinente aux écrans numériques. À quand le rappel via NFC (*Near Field Communication*) ?

Une solution flexible

Idelio ne se contente pas de multiplier les canaux de diffusion des rappels automatiques. L'entreprise basée à Nantes et Paris entend proposer une solution flexible. « *On peut pousser une fenêtre de rappel sur le site selon le type de profil analysé, par exemple selon une commande en cours, un formulaire renseigné... cela permet notamment de rattraper un prospect qui part.* »

À noter que, dans le cadre du rappel automatique *via* une vidéo, il faut que celle-ci soit hébergée sur le site visité, ou embarquée. Il est donc tout à fait possible de faire héberger ses vidéos sur YouTube ou Dailymotion et d'intégrer le rappel automatique depuis la vidéo « *embedded* » sur le site. « *Mais le rappel automatique n'apparaîtra pas depuis la plate-forme d'hébergement tierce* », confie Jacques Pilorge.

Les nouvelles solutions, qu'Idelio présente dans le cadre du salon de la Relation Client (Paris, Porte de Versailles jusqu'au 5 avril), offrent un véritable levier de croissance pour le fournisseur. En quelques années, l'activité du rappel automatique a rattrapé celle des numéros courts en revenus. Une croissance qui devrait s'accélérer avec l'élargissement du service de rappel automatique à la vidéo et au QRcode.