

Zenefits accroît son programme d'affiliation de 96 % en un trimestre via l'automatisation des partenariats

Contexte

Gestion
manuelle /

Limites sur les
paiements

Pour s'assurer un flux constant de nouvelles opportunités commerciales, l'équipe business development de Zenefits passait beaucoup de temps à créer des relations solides avec d'autres entreprises. Et bien sûr, elle recherchait constamment de nouveaux moyens innovants de créer des partenariats avec des éditeurs, des consultants et des agences pour alimenter son pipeline de ventes .

Si cette stratégie générait de bons résultats, l'entreprise commençait à rencontrer quelques limites. Tout d'abord, chaque nouveau lead devait être associé manuellement au partenaire qui l'avait parrainé. Et lorsque le lead devenait une opportunité, il fallait ensuite remonter manuellement la chaîne pour rémunérer le bon partenaire. Les paiements étaient réglés par chèque de manière individuelle.

Et on ne parle ici que des partenaires existants – recruter de nouveaux partenaires était encore plus laborieux. Lorsque l'équipe parcourait le web pour trouver des prospects, elle devait prendre contact de manière individuelle et gérer tous les échanges par e-mail. Et bien sûr, plus l'entreprise recrutait de partenaires, plus la gestion prenait du temps.

Une chose était sûre : si l'entreprise voulait continuer à se développer, il allait falloir automatiser.



À propos de Zenefits

Zenefits offre une plateforme intuitive et innovante de gestion de paie et des ressources humaines conçue spécialement pour les PME.

« *impact.com nous a réellement permis de développer notre programme à plus grande échelle et de gagner en efficacité. Nous trouvons régulièrement de nouveaux partenaires de qualité dans des niches à valeur ajoutée, et nous pouvons les activer pour générer des leads et des opportunités pour notre activité en SaaS. »*



Tanya van Kampen
Digital Marketing Manager

Solution

Automatisation des paiements/e-mails et modification des paramètres de paiement

Zenefits a commencé par automatiser ses relations existantes. Une fois ces partenaires intégrés dans impact.com, l'entreprise a rapidement pu identifier lesquels généraient des leads, et parmi ces leads, lesquels étaient convertis en opportunités dans Salesforce. Une fois que les leads devenaient des opportunités, Zenefits pouvait rémunérer le partenaire automatiquement : plus besoin de chèque, de facture ou de fichier Excel.

Une fois la gestion quotidienne des partenariats automatisée, Zenefits a poursuivi avec le recrutement. À l'aide de Mediarails, l'entreprise a fait appel à des crawlers pour parcourir le web à la recherche de sites de niche et même de professionnels susceptibles de recommander ses services. Une fois ces listes constituées, Zenefits a configuré des séquences d'e-mails automatisés à envoyer en masse ; bien plus pratique que de devoir jongler avec des centaines de conversations par e-mail.

Au début, l'entreprise craignait que le fait de remplacer les échanges individuels par un emailing réduise le taux de réponse. Mais à l'aide d'une segmentation précise, elle a pu adapter ses messages de manière tellement fine que la plupart des destinataires ont répondu comme s'ils avaient reçu un message personnel. Pour ceux qui n'avaient pas répondu au premier e-mail, Zenefits a également créé des e-mails de suivi afin d'améliorer les taux de réponse : au-delà d'un certain temps sans réponse de la part du prospect, le système envoyait automatiquement un email de relance.

+96%

d'augmentation de leads
entre le 1er et le 2e
trimestre

ROAS x3

par rapport
au référencement payant

Résultats

Croissance efficace et rapide

Zenefits avait déjà une approche avisée et « biz-dev » des partenariats, mais l'automatisation lui a permis de passer à la vitesse supérieure.

Zenefits a notamment pu :

- Accroître son recrutement en adoptant des messages personnalisés « one-to-many » ;
- Conserver un bon taux d'ouverture en segmentant son audience et en envoyant des e-mails de suivi automatisés ;
- Augmenter son volume de leads de 96 % entre le 1er et le 2e trimestre, grâce une efficacité accrue et une base croissante de partenaires ;
- Obtenir un retour sur dépenses publicitaires (ROAS) trois fois plus élevé que celui du référencement payant

Zenefits avait déjà les processus et les équipes en place pour trouver les meilleurs partenaires et obtenir de bons résultats. En y ajoutant une technologie de partnership automation, l'entreprise a pu accélérer sa croissance et enrichir son pipeline commercial de leads et opportunités qualifiés.

Les résultats de Zenefits vous inspirent ? | Contactez-nous à grow@impact.com