



hyperspread



Témoignage Client

Comment ECF a développé sa présence sur les réseaux sociaux grâce à Hyperspread ?

Contexte

Leader dans les domaines de l'éducation et de la formation à la conduite et à la sécurité routière, ECF compte 450 écoles de conduite et centres de formation professionnelle sur l'ensemble du territoire. Organisation nationale, mais reposant sur un réseau de commerces associés pilotés par des chefs d'entreprises indépendants, les problématiques et profils sont variés de par la taille des entreprises, leur implantation géographique...

En 2020, ECF a souhaité développer la stratégie de communication sur les réseaux sociaux et améliorer le référencement global de la marque. ECF a donc sollicité Hyperspread afin de centraliser et piloter les réseaux sociaux du groupe.

Réponse

Hyperspread a créé une structure lieux pour ECF, puis a mis à disposition un espace centralisé pour piloter les réseaux sociaux du groupe.

De cette façon, le siège gère les pages des adhérents moins à l'aise avec les réseaux sociaux. Pour ceux qui souhaitent garder la main, ils bénéficient des prêts-à-poster, des modèles de publication déployables en quelques clics.

Insight besoin client

avec Romain d'ECF

« Hyperspread nous permet de partager du contenu avec notre réseau. Il nous suffit de faire des publications et nos adhérents peuvent les reposter en quelques clics. Ils peuvent également programmer tous leurs contenus en quelques minutes. L'objectif principal étant de leur fournir un outil clé en main pour leur faciliter la vie dans un domaine qu'ils ne maîtrisent pas entièrement. »

Pouvez-vous vous présenter ainsi que votre rôle dans la société ?

Je suis chargé de communication social media. Mon rôle est de gérer les réseaux sociaux nationaux et en même temps, d'accompagner les adhérents en local à développer leur stratégie de communication locale : leur proposer des visuels, des posts déjà tout prêts.

Comment fonctionne le réseau ECF ?

Il y a des agences qui ont leur propre chargé de communication et qui gardent la main sur leurs pages. Ils sont libres et s'inspirent généralement de ce que nous faisons ou réutilisent du contenu existant. Ceux qui n'ont pas le temps ou les compétences de gérer leur communication, là je reprends la main.

Quel était l'objectif de la prestation ?

Nous avons deux objectifs. Le premier, c'était pour le national : développer la stratégie social media du siège. Le deuxième visait à améliorer notre référencement global (local y compris).

Nous avons créé une structure lieux. Cela nous a permis de donner plus de visibilité à certaines agences qui avaient besoin d'aide. C'était quelque chose qui ne pouvait pas être fait sans un outil comme Hyperspread. Pour le national, l'objectif est accompli. Cela fait deux ans que nous avons une stratégie qui est active et récurrente. Pour le local, c'est en cours d'accomplissement. Toutes les agences ont bien une page Facebook. Pour le moment, une partie ne s'en sert pas (ou du moins correctement).

Comment améliorer l'adhésion ?

Nous visons un taux supérieur à 90 %. C'est atteignable en montrant que la plateforme est simple et performante. Avec de l'accompagnement aussi (formations...). Nous avons également des référents qui ont démontré que l'outil fonctionnait pour eux (visibilité, clients supplémentaires...) et ont donné envie aux autres de l'utiliser.

Est-ce qu'il y a eu des retours d'adhérents quant à l'utilisation de la plateforme ?

Ceux qui s'en servent en sont très contents. Le principe des prêts à poster, c'est ce qu'ils préfèrent. Ils peuvent reprendre un post qui correspond à notre charte graphique, et le personnaliser avec leurs horaires, leur nom.. avec des balises dynamiques, etc. Ils ont du contenu à disposition, c'est parfait pour eux.

Insight sur la collaboration

avec Kheira d'Hyperspread

« Le client a très bien pris en main la plateforme. Il en est acteur pour utiliser le plein potentiel de la plateforme et ça se ressent sur l'espace d'ECF qui est vraiment personnalisé. La stratégie est bien définie et ça participe grandement au succès de l'opération. »

ECF est un client historique comptant 450 établissements pour 140 utilisateurs (certains gèrent plusieurs établissements). Nous avons aidé la marque à construire un espace idéal pour piloter la présence Social Media du groupe.

Dans le cadre de la prestation, en dehors de l'aspect Set-Up et construction de la structure lieux, il y a deux grandes étapes. Il y a la découverte et la formation de la plateforme, c'est-à-dire veiller à ce que le client soit le plus à l'aise possible pour optimiser son utilisation. Dans ce cadre, nous organisons des sessions dédiées et nous nous tenons à disposition pour répondre à toutes les questions complémentaires.

Ensuite, il y a l'accompagnement et l'évolution. Cela passe par sonder les besoins du clients et les comparer à notre roadmap : voir si c'est dans la feuille de route, ou si cela peut-être intéressant

de l'intégrer. In fine, l'objectif commun est naturellement que la plateforme maximise le temps et les performances du client. Nous cherchons toujours à tendre vers une adoption plus grande du réseau. Il est essentiel pour nous qu'ECF dispose de toutes les billes et bénéficie d'un maximum d'accompagnement dans leur utilisation.

Cela passe par la mise en avant des fonctionnalités dédiées aux locaux (comme les prêts-à-poster, très populaires au sein du réseau). Également les onglets Home Page, Campagne et Planning que le client s'est très bien approprié et qui aide grandement la communication pour les utilisateurs locaux.

En somme, le client est très collaboratif et compréhensif, ce qui rend la collaboration fructueuse et appréciable.



Kheira
C.S.M
Hyperspread

Bénéfices

ECF dispose d'une plateforme adaptée à son fonctionnement d'indépendants. Le multi-post présente un gain de temps évident pour le siège qui automatise une publication pour 130 pages. Les prêts-à-poster, eux, permettent d'intégrer les adhérents dans la stratégie locale avec des ressources préparées et simples d'utilisation. Un utilisateur local peut facilement planifier son calendrier sur le mois, sans compétence et sans y passer plus de 10 minutes.



Parole client

« Dès qu'une question se pose ou autre, je peux me tourner vers les C.S.M. Aussi, le contact avec le support est très réactif. Toutes mes sollicitations ont trouvé une réponse, c'est top. »

Romain GALOCHE
Chargé de Communication Social Media