



Azienda francese leader nei servizi di formazione online registra risultati strepitosi optando per il mobile



Informazioni su digiSchool

www.digiSchoolgroup.com

Lione, Francia

Offre corsi di formazione tramite un portale online, 12 siti e 17 app

Obiettivi

Offrire un'esperienza di qualità agli utenti
Trarre profitto dall'esperienza online
Ampliare la presenza in tutto il mondo

Approccio

Priorità al mobile

Monetizzare con soluzioni Google

Utilizzare l'RWD su siti per dispositivi mobili

Risultati

Crescita esplosiva del numero di visualizzazioni di pagine da dispositivi mobili da 57.000 a 500.000.

Aumento del 25% del tempo trascorso sul sito per dispositivi mobili.

Due milioni di visualizzazioni uniche su dispositivi mobili al mese.

Più del 25% del fatturato mensile è generato da dispositivi mobili.

"Grazie al tipo di business che pratichiamo sui dispositivi mobili, siamo diventati leader nella formazione digitale in Francia e ci stiamo espandendo all'estero".

Thierry Debarnot

Cofondatore
digiSchool

Dal momento della sua creazione nel 2011, la società francese digiSchool è stata destinata a un ruolo da pioniere. A differenza di altri siti, digiSchool offriva contenuti didattici gratuiti per i quali gli utenti avrebbero altrimenti dovuto pagare. Il fatto che il cofondatore di digiSchool, Thierry Debarnot, fosse ben consapevole del potenziale di AdSense ha contribuito tantissimo. Thierry ha scoperto AdSense nel 2006, quando era alla ricerca di una soluzione per aumentare le entrate del suo sito originario, marketing-etudiant.fr. In pratica, ha applicato a digiSchool quanto ha appreso da quell'esperienza. Come spiega egli stesso: "Se non fosse per AdSense, probabilmente non avrei mai trascorso così tanto tempo online e, forse, oggi digiSchool non esisterebbe nemmeno".

Nel 2014 digiSchool è diventata un'azienda di livello internazionale. Oggi il portale del sito digiSchool è un gateway che rimanda ad altri 12 siti gratuiti. Questi siti sono tutti progettati per consentire a studenti di tutto il mondo, di età compresa tra i 15 e i 25 anni, di imparare, studiare per esami specifici e costruire comunità di apprendimento dinamiche online.

Lo scorso anno digiSchool è stata utilizzata da uno studente francese di scuole superiori e università su due e da uno studente di scuole medie su tre. Come era normale attendersi da un pioniere, digiSchool è stata tra le prime a intravedere le opportunità offerte dalla rivoluzione di smartphone e tablet. Attualmente, l'azienda offre un totale di 17 app, che trattano argomenti che vanno dall'ortografia in cinque lingue alla preparazione dell'esame per la patente di guida.

La sfida

La scelta di puntare sul mobile è stata un passo importante per digiSchool, che ha dovuto decidere l'approccio migliore. Spiega Thierry: "A seconda del dispositivo, un utente ha bisogno di interfacce molto specifiche. Abbiamo dovuto capire se i contenuti funzionavano meglio su un sito per dispositivi mobili o piuttosto in un'app".

Dopo approfonditi test sugli utenti, l'azienda ha stabilito che le app per dispositivi mobili erano la soluzione migliore per distribuire contenuti come quiz, lezioni e video, mentre un sito per dispositivi mobili era più adatto per leggere le notizie. È a questo punto che digiSchool ha optato per il Responsive Web Design (RWD).

Responsive Web Design

L'RWD è stato fondamentale per il successo del sito per dispositivi mobili di digiSchool. Questa soluzione scalabile e completa non richiede adattamenti su siti diversi e ha permesso al sito per dispositivi mobili di digiSchool di evolversi rapidamente. Allo stesso tempo, i contenuti RWD sono più facili da navigare, il che ha aiutato digiSchool a offrire siti per dispositivi mobili RWD per gli altri suoi servizi.

Tutti gli indicatori sembrano suggerire che l'RWD sta funzionando per digiSchool. Come dice Anthony Kuntz, "Quando si parla di giovani e di formazione, siamo i leader nel settore mobile, con più di due milioni di utenti unici ogni mese".

L'implementazione dell'RWD ha migliorato significativamente l'esperienza degli utenti di dispositivi mobili e adesso gli utenti trascorrono il 25% di tempo in più sul sito per dispositivi mobili rispetto a quanto facevano in passato. L'azienda guadagna inoltre il 20% in più dagli utenti del sito per dispositivi mobili rispetto agli utenti del sito per computer tradizionali.

Lavorare con Google

Oggi digiSchool utilizza DoubleClick for Publishers Small Business (DFP Small Business), la soluzione per la gestione degli annunci di Google dedicata ai publisher, per distribuire un elevato numero di campagne. Inoltre, utilizza DoubleClick AdExchange, AdSense e AdMob per generare entrate per l'azienda.

Uno sguardo rivolto al futuro

Guardando al futuro, digiSchool vede il mobile come la leva per la propria crescita. Per questo, si è prefissata l'obiettivo di eseguire la transizione di tutti i servizi e i contenuti verso il mobile il prima possibile. Solo nel 2014, digiSchool ha investito circa il 35% del proprio fatturato per sviluppare un'offerta mobile complessiva che includesse sia il sito che le app. Del resto, se non ci fosse dietro un impegno del genere, difficilmente digiSchool sarebbe leader di mercato nella formazione digitale in Francia.



Informazioni sul Responsive Web Design

Il Responsive Web Design consente ai publisher di controllare dinamicamente la presentazione dei loro siti web in base alle proprietà dello schermo o del dispositivo sui quali questi vengono visualizzati. Per maggiori informazioni, consulta Building Smartphone-Optimized Websites sul sito di Google Developer.

Per ulteriori informazioni, visita:
developers.google.com

© 2015 Google Inc. Tutti i diritti riservati. Google e il logo Google sono marchi di Google Inc. Tutti gli altri nomi di società e prodotti possono essere marchi delle rispettive società.