



**Yvelines
Entreprises
Numérique**

CRM

22/06/2006

Fidéliser vos clients

Une démarche commerciale ou marketing ?

Vincent Ehram

De la vitesse, partout...



+@dèle
administration en ligne

Changement
d'adresse
en ligne →

Tendance du marché

- Marché saturé,
- Offre complexe et performante aujourd'hui,
- Compétition accrue, pression concurrentielle,

- Le prix moyen des produits / services est en diminution, baisse des marges

⇒ Innovation

⇒ Vendre plus

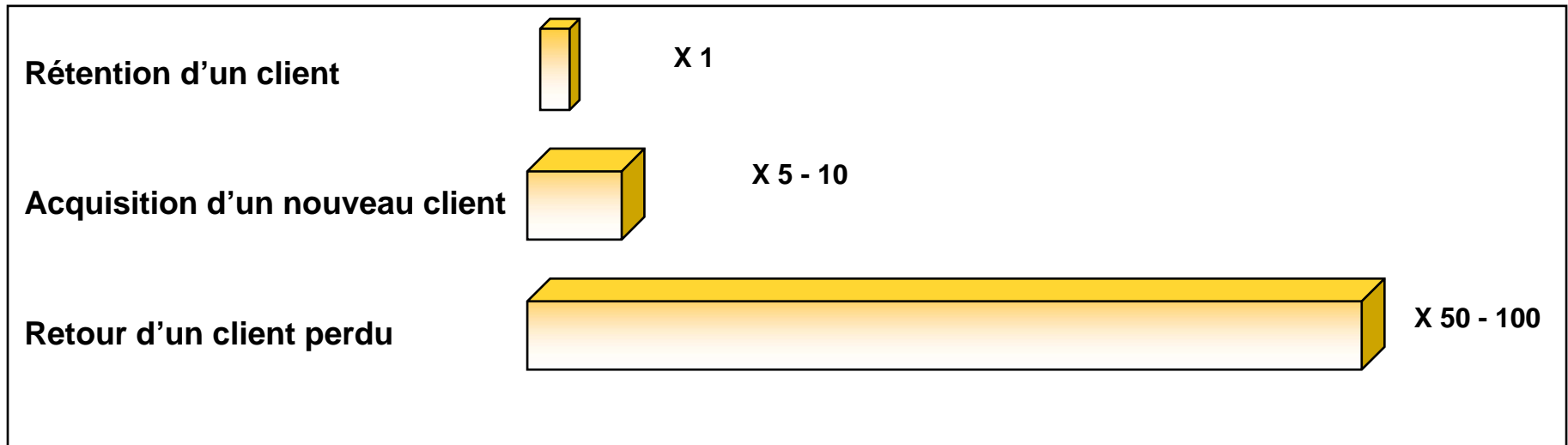


Différenciez vous

Mais

- Plus beaucoup de nouveaux clients sur le marché français
- Clients de plus en plus sophistiqués, exigence croissante, consommateur mûr et aguerri
- Effet Internet
- Mode du Zapping

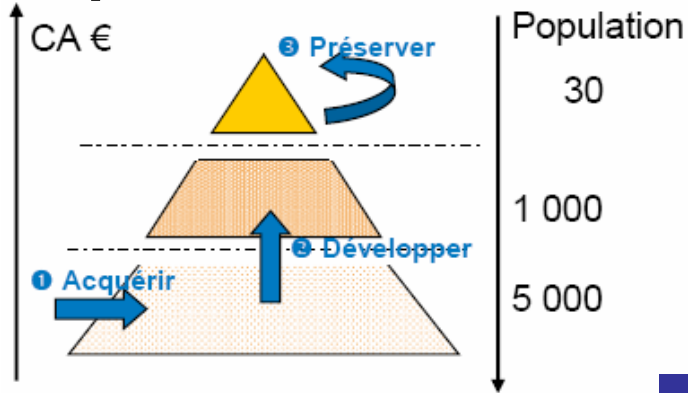
Valeur Client



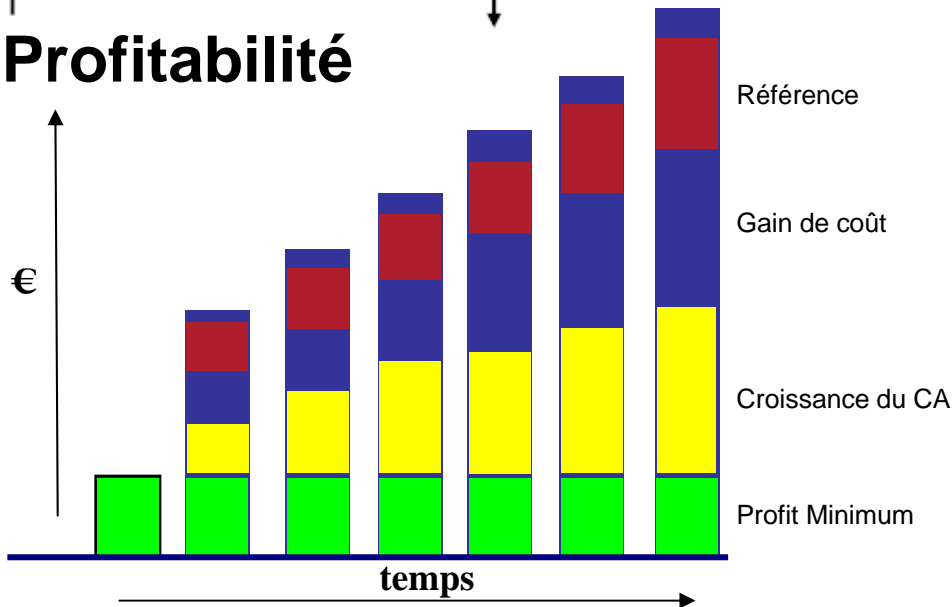
“Winning back a lost customer can cost up to 50-100 times as much as keeping a current one satisfied.”

Rob Yanker, Partner, McKinsey & Company

Capital Client



Profitabilité



Bénéfices

1. Un Client fidélisé a tendance à accroître ses achats au cours du temps.
2. Une relation bonne Entreprise / Client sur le long terme coûte moins cher à entretenir.
3. Des clients fidèles sont vos meilleurs « ambassadeurs ».
4. Des clients fidèles sont en général moins sensible au tarif.

*Source: F.F. Reichheld, W.A. Sasser, *Harvard Business Review*

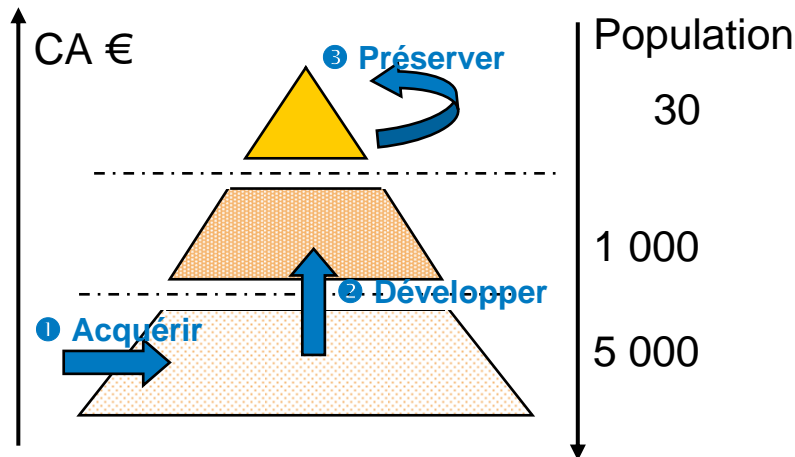
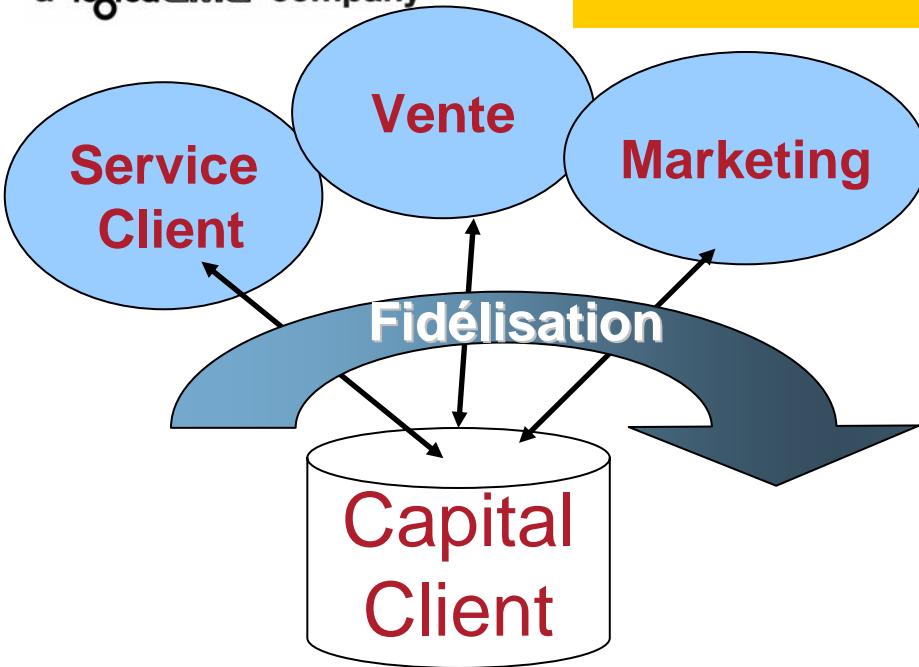
CRM / Fidélisation

- Ne se réduit pas à un logiciel qu'on installe sur un ordinateur de l'entreprise
- Processus d'acquisition de client / usager différent d'une entreprise à l'autre
- La fidélité n'est pas intemporelle

- Se poser les bonnes questions....
 - Quelle implication sur les différents services de mon entreprise ?
 - Comment passer à une culture Client ?
 - Comment améliorer mes offres ?
 - Comment personnaliser l'expérience d'achat ?
 - Comment évaluer les gains attendus, le retour sur investissement ?
 - Quelles technologies ?

... pour éviter l'écueil

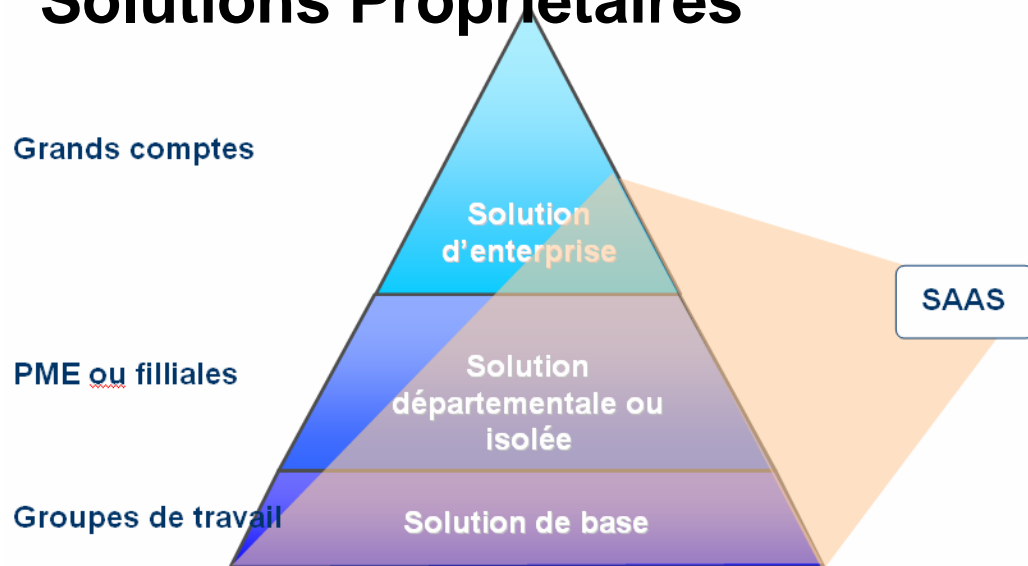
Un effet de mode ?



- **Avantages** (vecteur d'image)
- **Carte de fidélité** (services personnalisés)
- **Club** (sentiment d'élitisme)
- **Couponing** (avantage immédiat)
- **Cross-selling** (offre étoffée)
- **Lettre d'information** (rendez-vous périodique)
- **Liste Internet** (abonnement personnalisé)
- **Magazine** (support d'images fortes)
- **Marchandising** (lutte lassitude linéaire)
- **Numéro vert** (contact direct)
- **Parrainage** (Parain ambassadeur)
- **SMS** (rappel final)
- **SAV** (service personnalisé et adapté)
- **Service consommateurs** (à l'écoute)
- **Site Internet** (contact, accès, réactivité)
- **Push** (diffusion d'information ciblée)
-

Solutions Hébergées vs. Solutions Propriétaires

Atouts Solution Hébergée



Facilité

Rapidité

Rentabilité

Technologies ouvertes ?

- Solutions Open Source

- Offre variée :

E-DEAL

SIEBEL

CRM OnDemand

salesforce.com
Success On Demand™

SUGARCRM.



Microsoft Dynamics

Faites vous accompagner