

MARKETING RELATIONNEL

8 bonnes raisons de s'y mettre

Ebook



Souriez, vous faites du marketing relationnel avec

digitaleo
BUSINESS BOOSTER

INTRODUCTION

En ces temps où les consommateurs sont exposés à des centaines de messages publicitaires par jour, il est indispensable de **réussir à se démarquer**. Pour ne pas être noyée dans le flot continu des campagnes de communication mises en avant par les marques, votre entreprise doit réussir à **se positionner** intelligemment afin de sortir du lot.

Pour cela, il faut **connaître vos prospects et leurs attentes**. C'est en répondant au mieux à leurs envies que vous réussirez à viser juste et à attirer les consommateurs dans votre magasin. Quelles sont les formes de communication qui marchent le mieux ? Comment réussir à capter vos clients ?

C'est là que le **marketing relationnel** entre en jeu. Son avantage principal est de créer une **relation privilégiée** et **durable** avec vos prospects et clients.

Le marketing relationnel semble incontournable : voici **8 objectifs** à retenir absolument pour **améliorer le taux de transformation** de vos prospects et **fidéliser votre clientèle**.

#1

Renforcer votre connaissance client

Entretenir une relation personnalisée avec vos clients vous garantit un retour client de qualité. Ce retour est en fait le meilleur moyen de **faire connaissance** avec vos clients, d'**appréhender leurs attentes**, et de **déceler leurs intentions d'achat**.

Le reporting de vos actions et l'analyse de ces données vous offriront le moyen d'**anticiper le potentiel des futurs leads**, d'**estimer un potentiel de chiffre d'affaires** et de **déterminer les efforts à consacrer pour chaque client potentiel**.

Vous optimiserez

votre **ROI** !

#2

Séduire et engager ses clients potentiels

Pour engager vos prospects, il est important de **générer de l'intérêt** et de **recupérer des informations pertinentes** les concernant.

Une fois les coordonnées et les informations commerciales obtenues (comme les intentions d'achats, les critères socio-démographiques...), il devient facile de communiquer et de **proposer des offres adaptées à chaque lead**.

Votre client potentiel

se sentira ainsi

unique et privilégié.

Il s'engagera plus

facilement auprès de

votre marque !

#3

Créer un lien durable avec ses clients

Les informations présentes dans votre logiciel de marketing relationnel vous permettent de **construire une relation privilégiée** avec chacun de vos clients. Date de dernier achat, produits consultés sur votre site internet, intentions d'achat, données sociodémographiques...

Toutes ces données sont à **analyser** pour construire une relation privilégiée et une **communication ciblée et pertinente**. Lorsqu'un client entre dans votre magasin, le personnel doit être capable de reconnaître le client et de reprendre la relation là où il l'a laissée (online ou offline).

Votre client est unique

et les **données** que vous possédez

à son sujet sont **sacrées**.

#4

Proposer la bonne offre

La multiplication des canaux de communication et des messages publicitaires, ainsi que la durée de vie de ceux-ci font que **les actions marketing deviennent de plus en plus éphémères**. Pour éviter la lassitude publicitaire, il est indispensable de **personnaliser** et **d'individualiser** le contenu, **d'inciter à l'action**, et **d'anticiper la prochaine étape...**

Le client sera d'autant plus sensible à l'offre et vous augmenterez ainsi votre retour sur investissement.

Dans la plateforme Digitaleo, la **segmentation** de votre fichier client se fait en quelques clics ! Filtrez par exemple votre base client sur l'âge, les habitudes d'achat, le sexe, le code postal....

Et créez des **offres spécifiques** en fonction de votre cible. Pour plus de personnalisation, travaillez également le contenu de vos messages : ajoutez le prénom de votre client, un champ date, le nom du dernier article acheté, etc.

Grâce à la connaissance client,

adaptez votre message et votre offre

#5

Gérer ses campagnes multicanales de façon cohérente

La multiplication des devices donne **plus de possibilités d'interactions avec le client**, où qu'il soit ! Pour savoir comment et quand utiliser cette multitude de canaux de communication, il est indispensable de réaliser des études, de **définir les personas** (typologies de clients) et d'**analyser les données de votre CRM**.

Pour améliorer le ROI de vos actions, l'organisation d'un scénario de communication est indispensable. En fonction de la phase du cycle de vie de votre client (froid, chaud, client, VIP ...), utilisez le bon canal, et diffusez le bon message.

Pour vous faire gagner du temps, **automatisez ces actions**. Digitaleo vous permet de lancer des campagnes en fonction d'une action de votre client. Par exemple, envoyez un SMS pour son anniversaire, utilisez l'Email marketing pour remercier d'une commande, relancez un rappel de RDV... **Suivez vos résultats de campagne** grâce aux statistiques et aux indicateurs clés. Vos décisions stratégiques seront ainsi plus facile à prendre.

Varier les canaux

de communication c'est bien,

les **utiliser ensemble**, c'est mieux.

#6

Faire adhérer ses clients aux valeurs de son entreprise

Les comportements de consommation ont évolué : aujourd'hui, c'est le consommateur qui vient à l'entreprise et non plus l'inverse. Il est donc indispensable de faire adhérer les consommateurs aux valeurs de l'entreprise.

Partagez du contenu, des exclusivités, et poussez vos clients à les partager à leurs contacts. Les contacts de vos clients sont des clients potentiels, alors profitez-en ! Le bouche à oreilles 2.0 est bien là !

Chaque client

est en mesure de **démultiplier**

votre message.

#7

Fidéliser sa clientèle

La force du marketing relationnel réside dans :

- L'utilisation des **différents canaux** de communication,
- La **personnalisation** de vos messages,
- L'**automatisation** de ces actions.

En pratiquant l'inbound marketing (marketing basé sur la production et le partage de contenu), vous entretenez une **relation privilégiée** avec votre client et le fidélisez !

Recruter
de nouveaux clients
coûte en moyenne
7 fois plus cher
que de les fidéliser.

#8

Améliorer son ROI

Mettre en place une stratégie de marketing relationnel signifie de **mieux connaître votre client**, de le **fidéliser** et donc d'**augmenter votre panier moyen**.

En analysant vos actions, vous pourrez optimiser chacune de vos campagnes et ainsi, **améliorer votre retour sur investissement**.

On améliore

que ce que l'on **mesure**.

CONCLUSION

Conclusion :

A travers ce livre blanc, nous avons mis en évidence la nécessité de délivrer le bon message au bon moment, à la bonne personne et par le bon canal. **Le marketing relationnel consiste à analyser le comportement individuel d'un contact, pour déterminer ses attentes et les satisfaire grâce à une offre personnalisée.**



Sans
Marketing relationnel

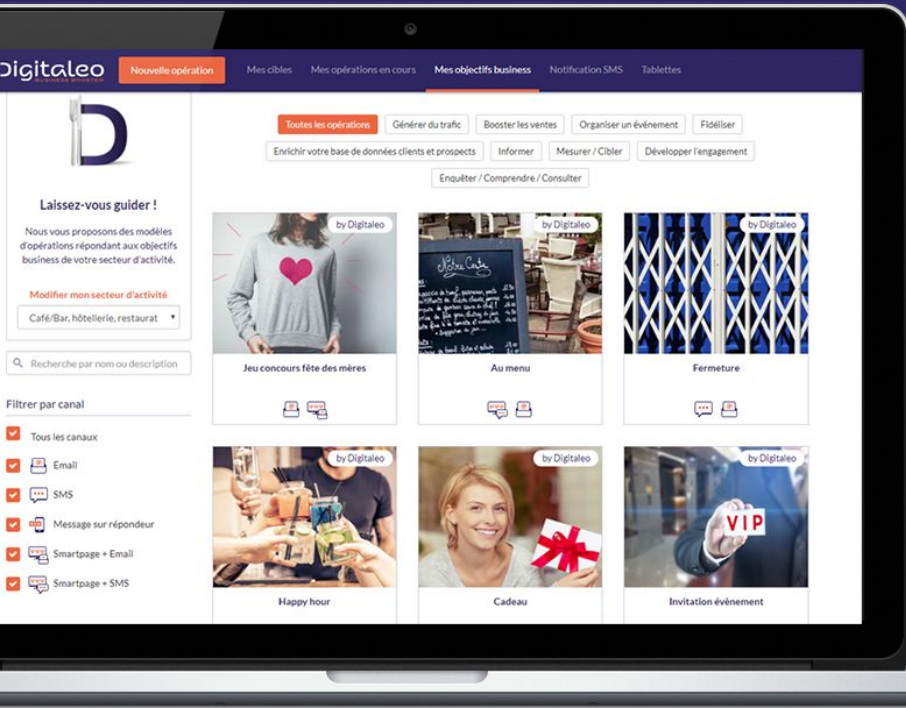


Avec
Marketing relationnel

En automatisant vos actions et en analysant les résultats de vos campagnes, vous pourrez ainsi améliorer votre connaissance client et optimiser votre marketing relationnel. **C'est ce que l'on appelle le cercle vertueux du marketing relationnel.**

À propos de Digitaleo : Plateforme de marketing relationnel

Digitaleo vous propose un outil tout-en-un simple et efficace vous permettant de communiquer avec le bon canal pour augmenter votre trafic en point de vente. Plus de 4000 clients nous font déjà confiance et sont satisfaits de la solution.



Découvrez les autres publications sur **Digitaleo**

LES BONNES PRATIQUES DE L'EMAIL MARKETING



Exploitez toutes les potentialités offertes par ce canal marketing

[TÉLÉCHARGER MAINTENANT](#)

LES BONNES PRATIQUES DU SMS MARKETING



Les clés pour optimiser ses campagnes SMS et sa communication

[TÉLÉCHARGER MAINTENANT](#)



Digitaleo
BUSINESS BOOSTER

Pour en savoir plus sur nos offres et services,
contactez-nous :

02 56 03 67 00

www.digitaleo.fr

