

Apport du marketing digital pour accélérer la conquête et la fidélisation des clients



Pascal KOENIG
Associé
DELOITTE



Julien PETIT
Head of CRM, sales
& digital marketing projects
EDRAM



Imad HAJJAR
Fondateur et dirigeant
JAVISTA



Mathieu BERRIVIN
Responsable marketing
outils & services digitaux
AMUNDI



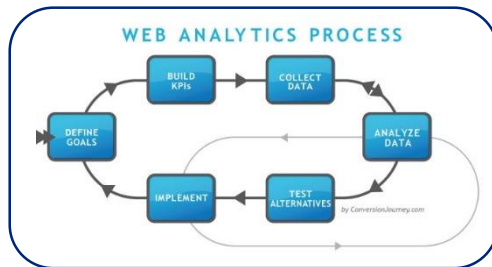
Christophe MANCEAU
Directeur Insights
et Client Services
KANTAR MEDIA

Le marketing digital

Utilisation des nouvelles tendances marketing

WEB ANALYTICS

- Optimisation de la création de trafic
- Personnalisation des messages publicitaires
- Optimisation des parcours clients web
- Calcul de la valeur client & arbitrage des moyens
- KPI suivi: coût du trafic, taux de conversion
- CA généré & ROI des actions par segments.

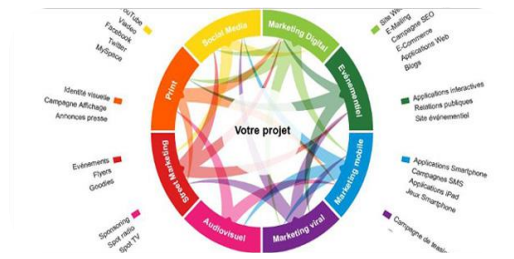


Source: online-behavior.com

Transformer et réinventer le Marketing digital

MARKETING PREDICTIF

- Rapidité de réaction
- Nouvelles opportunités de business
- Anticipation des usages et des produits
- Veille concurrentielle
- Veille et pilotage de la e-reputation
- Compréhension et anticipation de comportements et de parcours clients complexes



Source: charlesparent.net

MARKETING RELATIONNEL

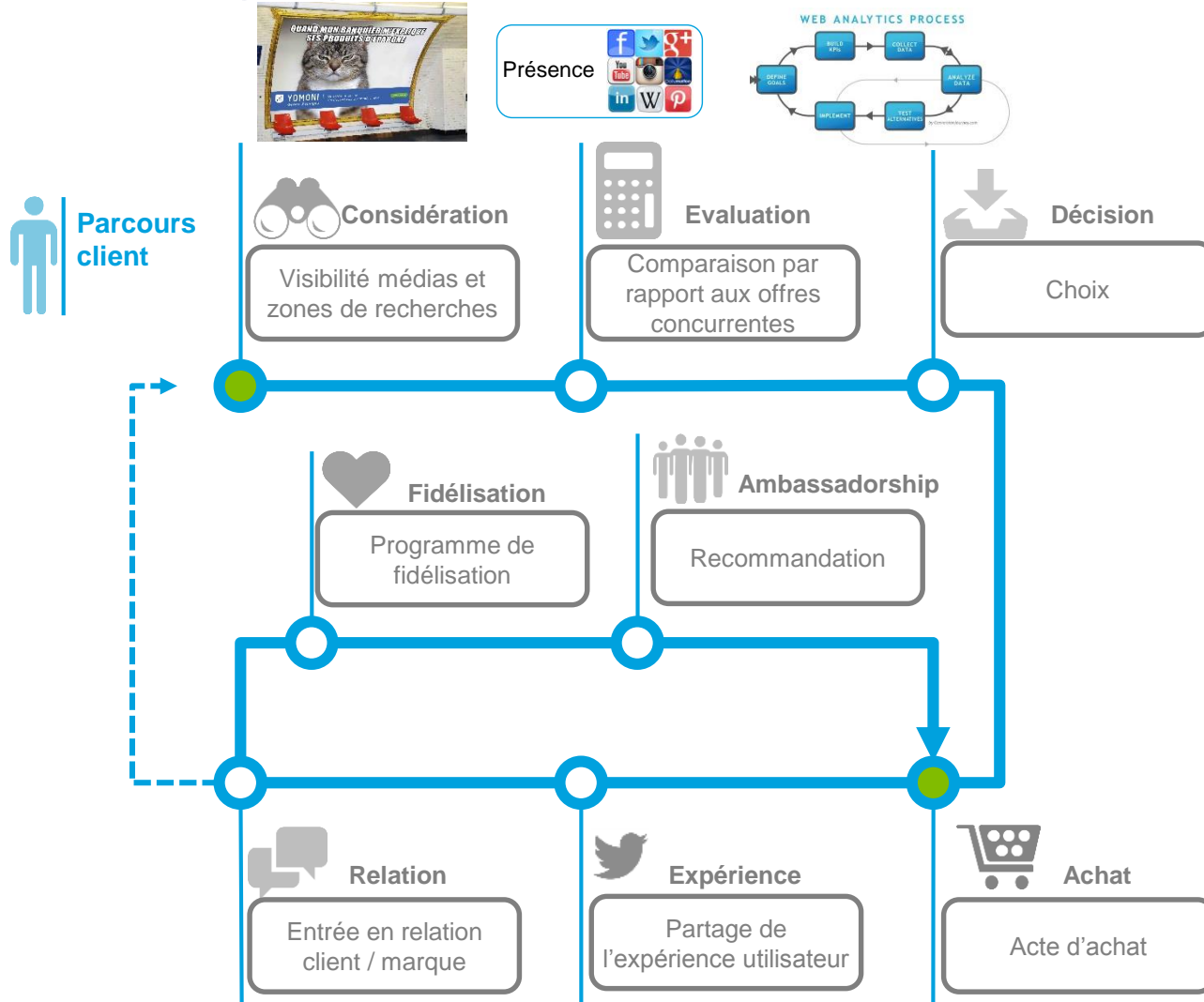
- Connaissance clients : messages ciblés
- Construction d'une relation de fidélisation
- Objectif de rétention des clients
- Développement de programmes de fidélisation



MARKETING RELATIONNEL MULTICANAL

- Connaissance clients : messages ciblés
- Choix des canaux les plus performants
- Segmentation et ciblage plus fin
- Personnalisation de la navigation et des contenus
- Calcul de la valeur et arbitrage media
- Optimisation des campagnes

Le marketing digital: *Le parcours client Retail a changé*



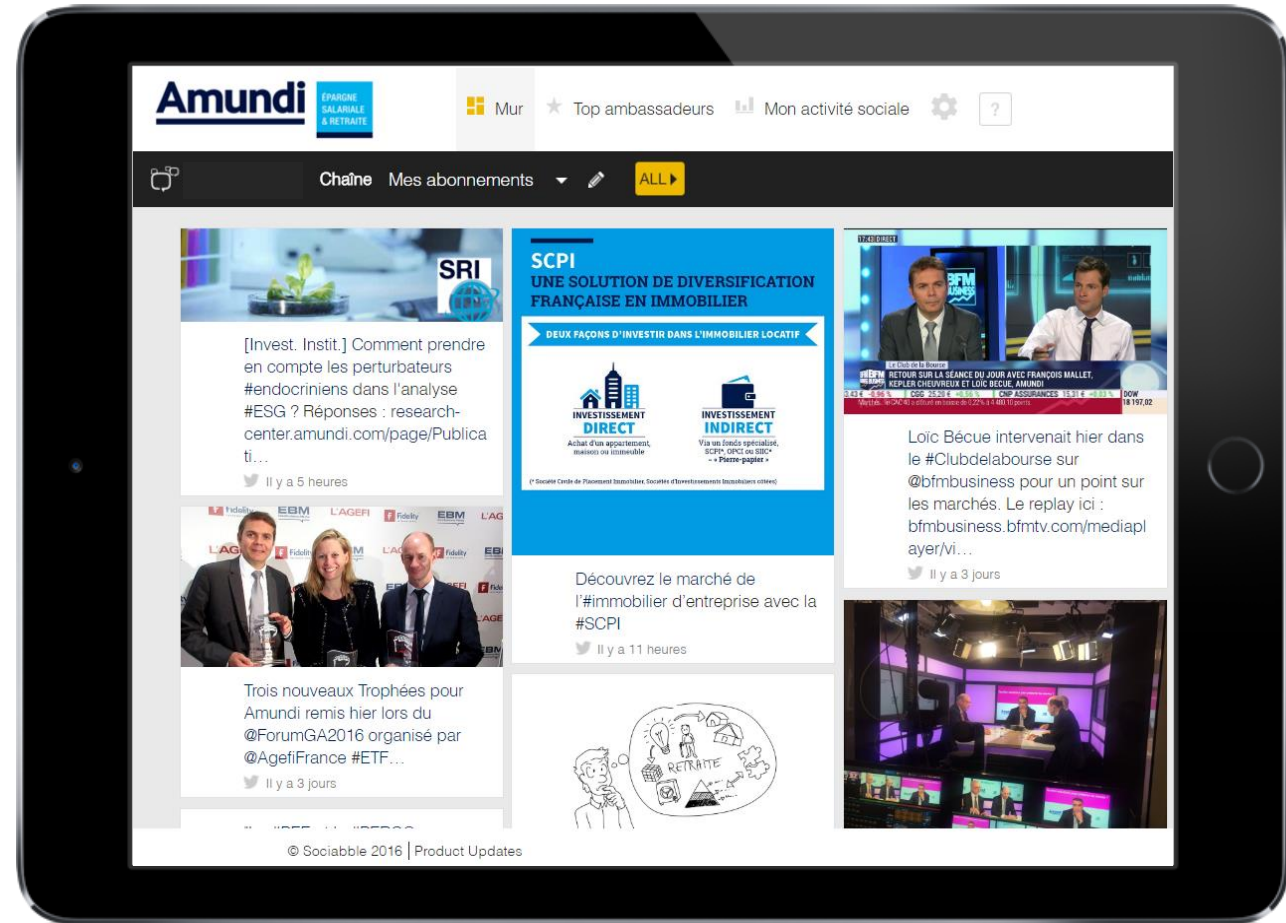
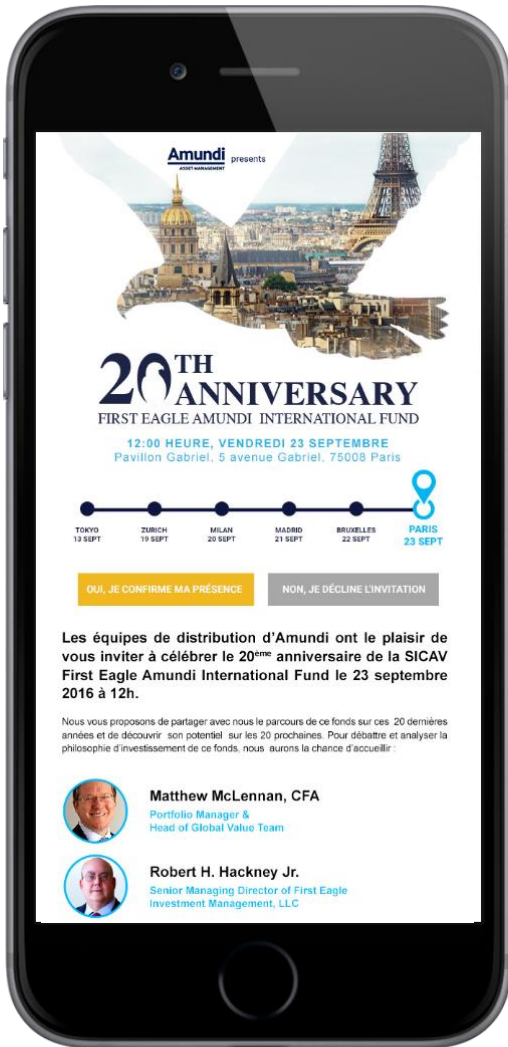
Le parcours client a changé :

- Présence dans les médias indispensable
- Evaluation et comparaison deviennent les éléments de décision incontournables
- Le client partage, parfois publiquement, son expérience (positive ou négative)

Sous contrainte d'optimisation de l'investissement marketing, la **fidélisation client** vise à maximiser le taux de ré-achat.

L'AGEFI AMtech day

#agefiAMtechday





Base de connaissances unique

- 400 Q & A
- Contextual access depending on a webpage looked at
- Direct access to CRM and individual Data
- 360 view of exchanges whatever the media
- Historic view of send and received messages
- Drafted respons email already
- Chat
- Webcallback
- Co browsing

L'AGEFI

AMtech day

#agefiAMtechday

