

REGARD VERS L'AVENIR – LES 5 TENDANCES DU MARKETING NUMÉRIQUE

Parcours client en temps réel plutôt qu'actions individuelles classiques : la transformation numérique va radicalement bouleverser le marketing au cours des années à venir. Voici les cinq principales tendances du futur.



EXPÉRIENCES CLIENTS EN TEMPS RÉEL

EXPÉRIENCE CENTRÉE SUR LE CLIENT

L'avènement triomphal d'Internet et la transformation numérique de nombreux modèles économiques qui a suivi ont entraîné un bouleversement profond de la relation entre les clients et les fournisseurs. Le dicton selon lequel « le client est roi » n'est plus qu'un simple slogan : le client sait désormais qu'il est le roi et veut être traité comme tel.

CINQ TENDANCES

1. **EXPÉRIENCE CENTRÉE SUR LE CLIENT** : les expériences d'excellence en matière de service et de communication sont au cœur de cette transformation.
2. **PARCOURS CLIENT EN TEMPS RÉEL** : réagir en temps réel au comportement des clients.
3. **APPAREILS INTELLIGENTS ET OMNI-CANAL** : les nouveaux terminaux créent de nouveaux points de contact et canaux.
4. **GÉOMARKETING ET INTELLIGENCE GÉODÉCISIONNELLE** : profiter de la fusion du monde virtuel et du monde réel.
5. **GESTION COMPLEXE DES RELATIONS CLIENTS** : tenir compte de la diversité des relations client.

Cloud, Internet des objets, Big Data... Impossible aujourd'hui de passer à côté de ces nouveaux termes. Ils font partie du monde connecté qui ouvre de nouvelles perspectives aux entreprises. En lieu et place des filiales et autres points de vente, on voit désormais proliférer des plates-formes numériques sur lesquelles les clients se servent eux-mêmes. Des tâches effectuées auparavant manuellement sont remplacées par des tâches de routine automatisées, simplement et en toute autonomie. Les avantages pour les clients sont évidents : tout est plus rapide, le fonctionnement est simple et les produits sont immédiatement disponibles, personnalisés qui plus est.

Mais parallèlement, les défis que le marketing doit relever apparaissent clairement. Les entreprises doivent acquérir une compréhension totale de leurs clients afin de pouvoir les accompagner tout au long de leur parcours individuel. C'est ici qu'interviennent la disponibilité des données, l'automatisation des processus et l'intelligence analytique. À cela s'ajoute une forte pression en termes de commercialisation, dans un contexte où les nouveaux concurrents accèdent plutôt facilement au marché, où de nouveaux modèles économiques apparaissent et où les chaînes de création de valeur évoluent.

VOUS CHERCHEZ UN PARTENAIRE ?

NOUS PROCÉDONS À LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DE VOTRE ENTREPRISE

Compte tenu de ces modifications fondamentales, il est important de préparer à temps son entreprise aux exigences de demain. Nous vous aidons à mettre en œuvre ces tendances en vous offrant le soutien professionnel nécessaire. Notre méthodologie de résolution et de procédures, GROUND TRUTH, allie technologies, processus et services afin de garantir une vision du client à 360 degrés à travers tous les domaines et canaux.



PARCOURS CLIENT EN TEMPS RÉEL

Face à des clients mobiles et connectés en permanence, il convient d'adopter une communication véritablement centrée sur le client, de réagir en temps réel à son comportement et, pour cela, de tirer du contexte d'utilisation des données auparavant inconnues (par ex. : Où se trouve le client en ce moment ? Qu'y a-t-il à cet endroit ? Quelle est la météo ?). GROUND TRUTH vous donne toutes les informations nécessaires à ce service en temps réel. Vous bénéficiez par exemple de précieuses données sur les commandes, l'historique des paiements, la démographie, les flux de clics, ainsi que les préférences de vos clients et pouvez donc adapter votre communication de manière dynamique.



GÉOMARKETING ET INTELLIGENCE GÉO-DÉCISIONNELLE

Les données clients enrichies d'informations géographiques permettent une visualisation et une analyse offrant de nouvelles informations et permettant l'identification de nouvelles structures et tendances. La possibilité de représenter les données clients de façon géographique ouvre un potentiel d'accroissement phénoménal. Dans le monde numérique, l'intelligence géo-décisionnelle est devenue d'autant plus importante que l'Internet mobile permet de placer des informations dans un contexte temporel et spatial. GROUND TRUTH offre des données clients intelligentes enrichies par le géocodage, condition préalable pour tirer profit de la fusion entre le monde virtuel et le monde réel.



EXPÉRIENCE CENTRÉE SUR LE CLIENT

Les campagnes classiques doivent définitivement laisser la place à la création d'une expérience de service centrée sur le client. En matière de service et de communication, les clients n'attendent rien de moins qu'une expérience d'excellence, partout et à tout moment. Les entreprises doivent pour cela connaître parfaitement leurs clients et leur offrir à chaque point de contact des propositions sur mesure. Avec GROUND TRUTH, vous créez des données cohérentes à l'échelle de l'entreprise contenant toutes les informations pertinentes. L'enrichissement avec des données de mouvement vous permet d'affiner le profil de vos clients, constituant ainsi une base parfaite pour des parcours clients diversifiés.



APPAREILS INTELLIGENTS ET OMNI-CANAL

L'Internet des objets désigne la mise en réseau d'objets intelligents. Les produits dits « intelligents » sont ceux qui, outre leurs éléments physiques (comme un moteur), possèdent également des éléments intelligents (par ex. des capteurs), ainsi que des éléments permettant la mise en réseau avec d'autres produits intelligents. Les montres et véhicules connectés ou encore la domotique ouvrent des possibilités marketing inédites, non seulement pour recueillir des données, mais aussi pour communiquer avec le client. GROUND TRUTH agrège pour vous toutes les traces numériques laissées par vos clients dans une image globale complète, le Golden Profile.



GESTION COMPLEXE DES RELATIONS CLIENTS

En matière de gestion des relations clients, on tient encore rarement compte de la diversité des types de relations. Ainsi, les clients se considèrent, selon leur propre point de vue, comme un partenaire, un roi ou un fan de l'entreprise et doivent à ce titre être traités différemment. Le recueil et l'analyse de l'ensemble des données des clients (réseaux sociaux, contact direct avec le client, feedback/sondages, réactions aux actions de marketing en ligne, comportements d'achat, etc.) permettent de classer chaque client dans une catégorie. GROUND TRUTH vous fournit pour ces analyses des données probantes et fiables.

UNISERV France

12 Rue d'Astorg, 75 008 PARIS, T: +33 (0)1 44 90 90 60, F: +33 1 44 90 90 63,

E: contact-france@uniserv.com, www.uniserv.com

© Uniserv GmbH, Pforzheim, tous droits réservés

