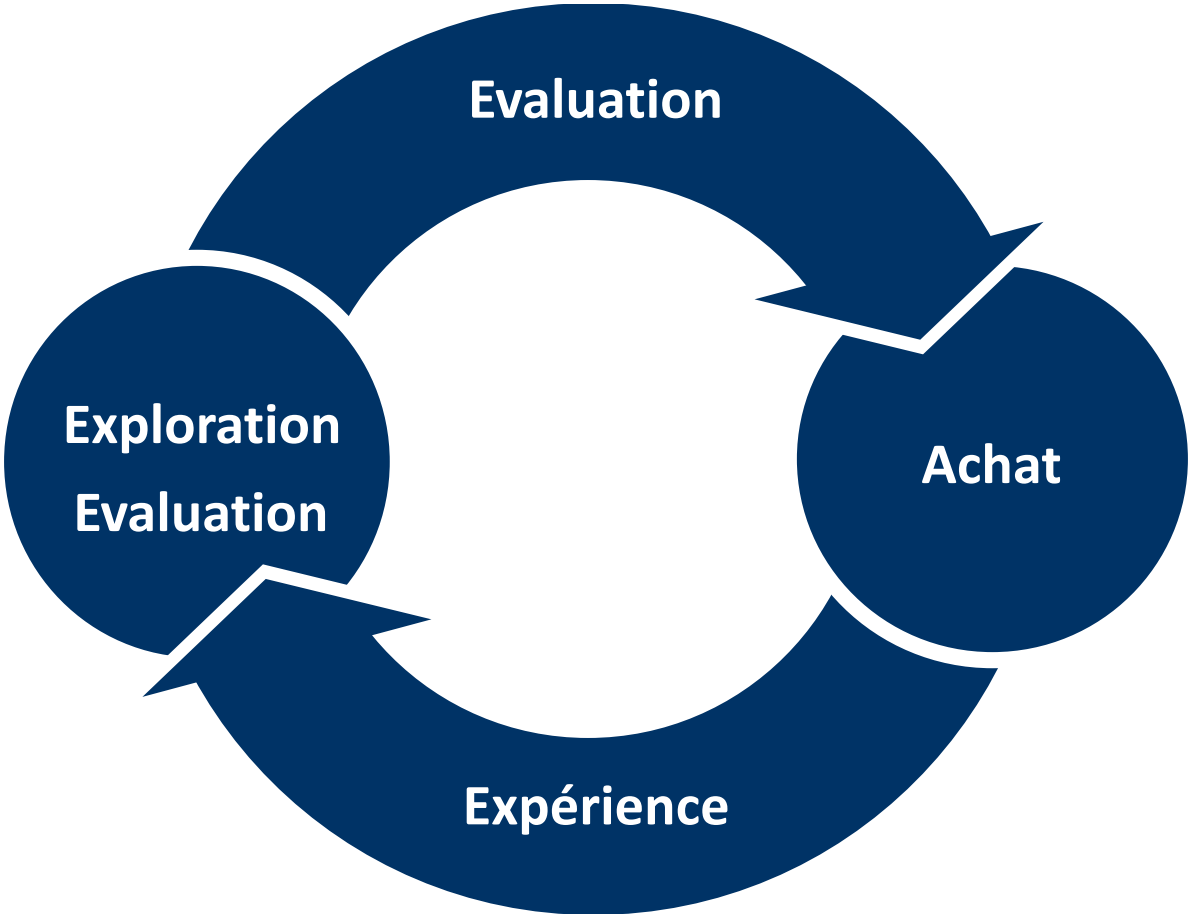
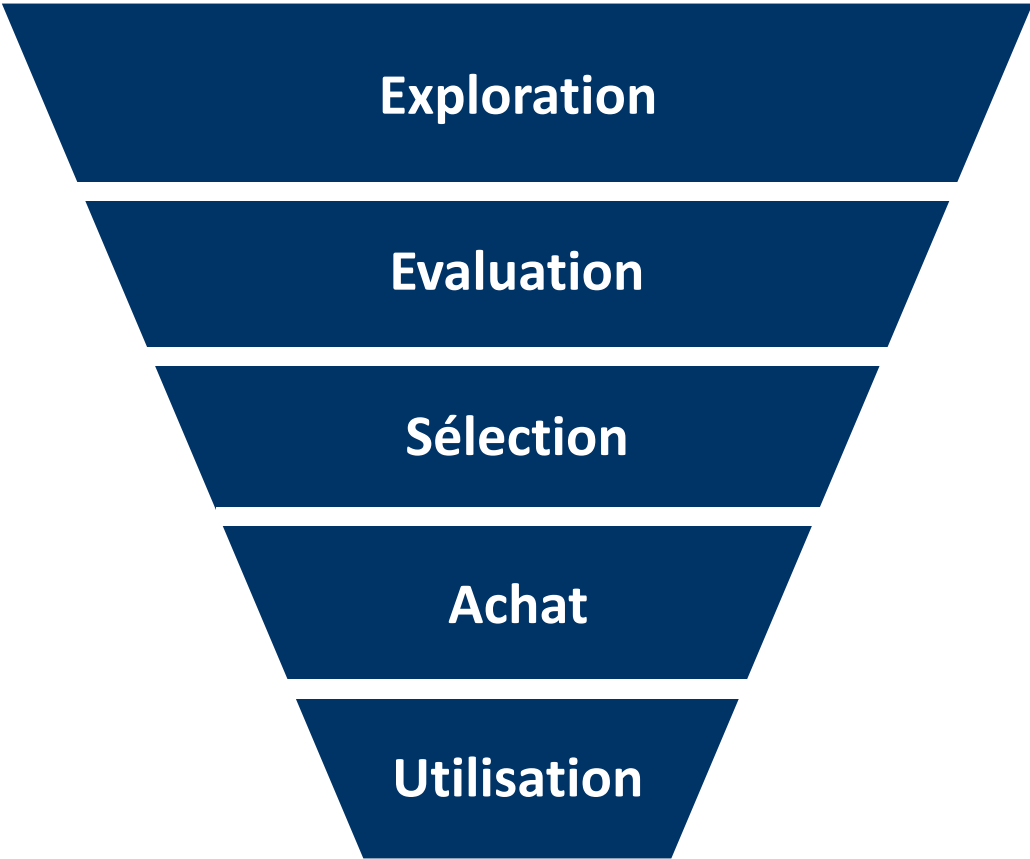


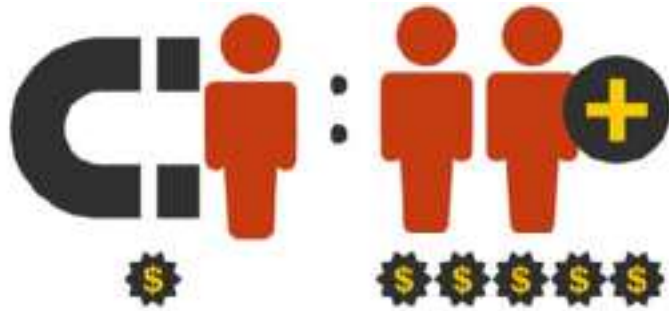
# GÉRER LA RELATION CLIENT OMNISCANALE : UN IMPÉRATIF POUR FIDÉLISER LES CLIENTS

GILLES TALBOT - PRINCIPAL BUSINESS CONSULTANT  
MARDI 06 DÉCEMBRE 2016

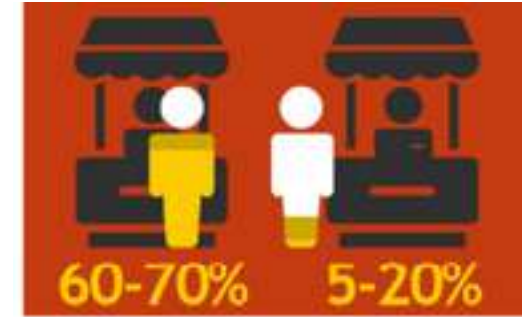
# LE CYCLE DE VIE CLIENT



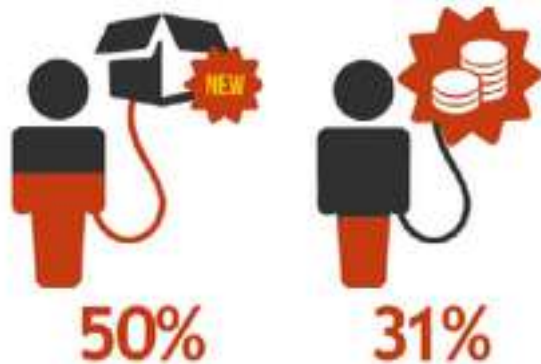
# LA VALEUR DE LA FIDÉLISATION CLIENT



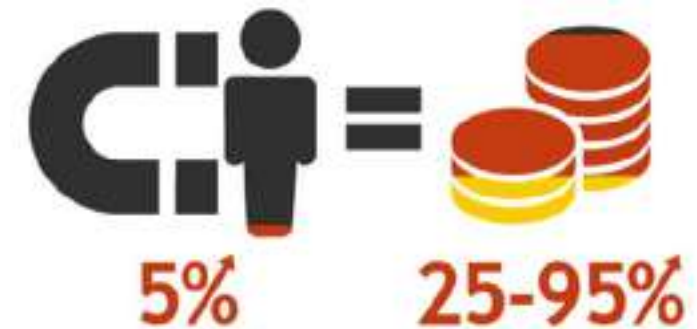
EN MOYENNE, ACQUÉRIR UN NOUVEAU CLIENT COÛTE 5 FOIS PLUS CHER QUE D'EN GARDER UN



LA PROBABILITÉ DE VENDRE À UN CLIENT EXISTANT EST DE 60 À 70% ALORS QUE POUR UN NOUVEAU CLIENT, ELLE EST DE 5 À 20%



PAR RAPPORT AUX NOUVEAUX CLIENTS, LES CLIENTS EXISTANTS SONT 50% PLUS ENCLINS À TESTER DE NOUVEAUX PRODUITS ET DÉPENSENT EN MOYENNE 31% DE PLUS

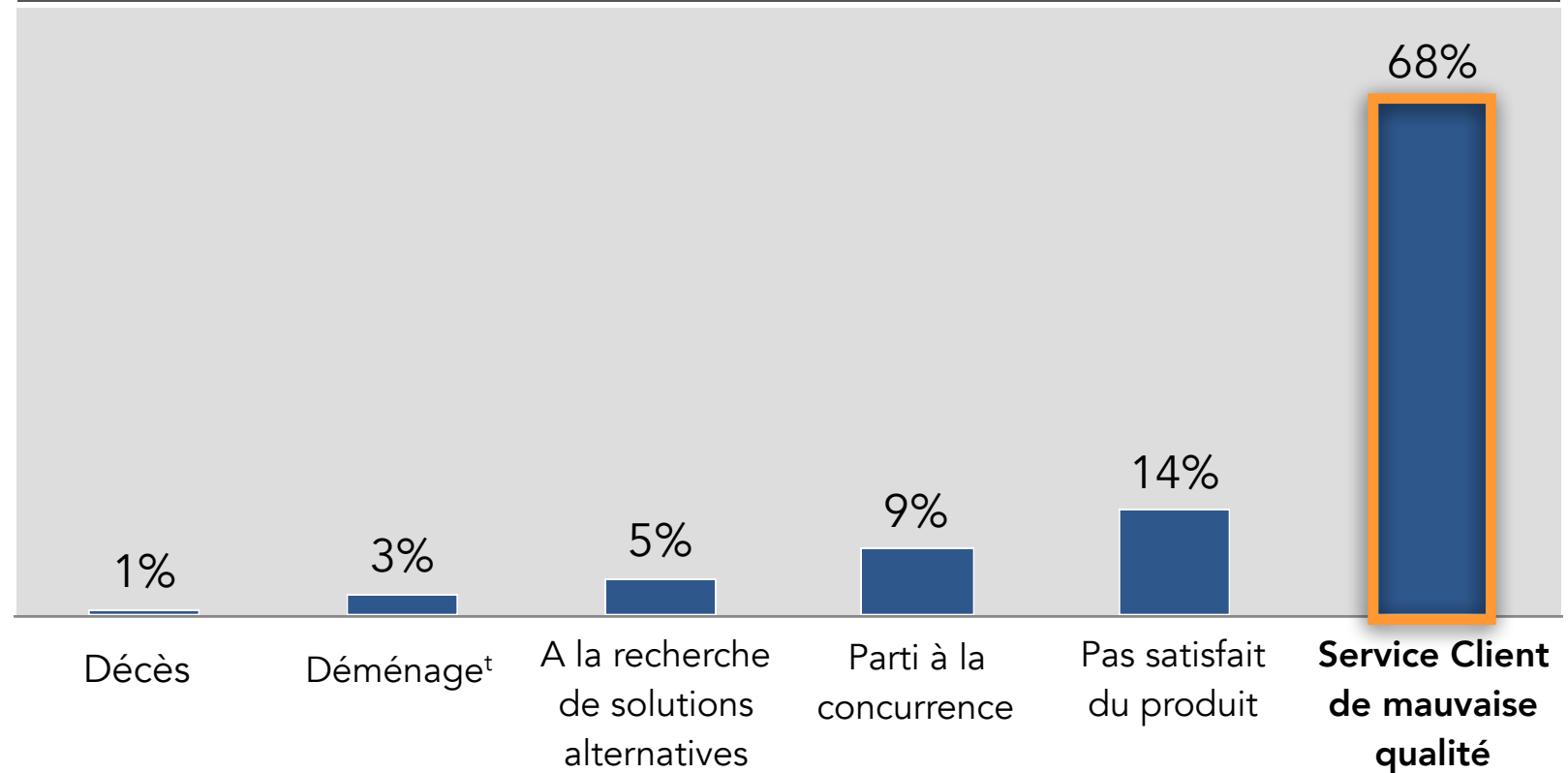


UNE AUGMENTATION DE 5% DU TAUX DE RÉTENTION PEUT GÉNÉRER UNE AUGMENTATION DE 25 À 95% DES PROFITS

# L'EXPÉRIENCE CLIENT, UN ENJEU MAJEUR



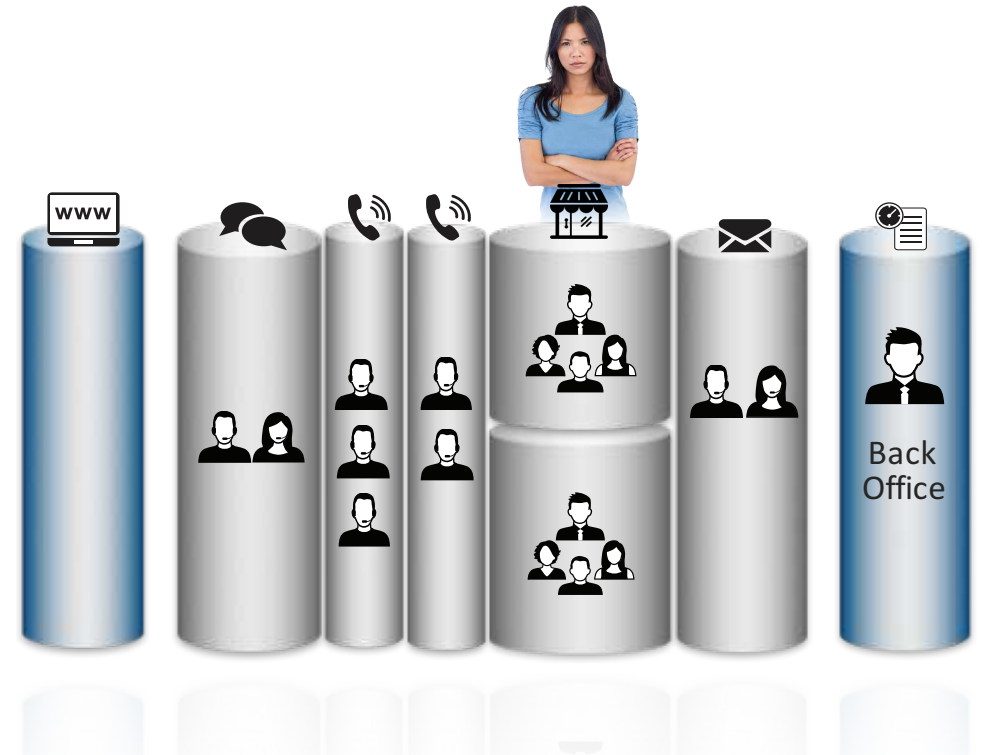
## LES RAISONS POUR LESQUELLES LES CLIENTS QUITTENT UN FOURNISSEUR



# DE NOUVEAUX CHALLENGES DANS LA RELATION CLIENT



DES CLIENTS PLUS EXIGEANTS QUI PASSENT D'UN  
CANAL À L'AUTRE...



...MAIS DES SILOS TECHNOLOGIQUES ET  
ORGANISATIONNELS AU SEIN DES ENTREPRISES

# PASSER À UNE GESTION OMNISCANALE



## UNE CONVERSATION FLUIDE ENTRE LE CLIENT ET L'ENTREPRISE À TRAVERS DIFFÉRENTS CANAUX

- SUIVRE ET TRACER LE PARCOURS DES CLIENTS SUR LES DIFFÉRENTS CANAUX (VISION 360° DU PARCOURS)
- GÉRER LES TRANSITIONS D'UN CANAL À L'AUTRE

# PASSER À UNE GESTION OMNISCANALE

MULTICANAL



SVI

Pour une assurance auto, tapez 1  
Pour une assurance habitation, tapez 2

OMNISCANAL



Bonjour,  
Je vois que vous êtes intéressée par notre offre XXXX



# METTRE EN PLACE UNE APPROCHE OMNISCANALE



1

UNE STRATÉGIE, SUPPORTÉE PAR LA DIRECTION



UNE APPROCHE CENTRÉE SUR LE CLIENT

- NE PENSEZ PAS EN TERMES DE CANAUX, MAIS DE PARCOURS CLIENTS
- CARTOGRAPHIEZ LES PARCOURS EXISTANTS
- CRÉER DES PARCOURS OPTIMISÉS



UNE MISE EN ŒUVRE PROGRESSIVE, ET LA MESURE DU SUCCÈS





MERCI DE VOTRE  
ATTENTION

