

CONSTRUISEZ VOTRE **PLAN MARKETING RELATIONNEL** AVEC CAMP DE BASES

POUR QUI ?

> Département CRM
> Direction Marketing

> Département Digital
> Et vous ?



COMMENT ?

> 4 ateliers

> 1 réunion de restitution

J_1

J_30

ATELIER 1
Audit

ATELIER 2
Objectifs

ATELIER 3
Planning

ATELIER 4
Cinématiques

RÉUNION
Restitution

INTERVENANTS WEBEDIA

Qui vous accompagne ?



Consultant CRM Senior



Expertises Back Office

> Expert Gestion de campagne

> Juriste Data Marketing

> Chef de projet technique

VOUS

bénéficiez de multiples occasions de prendre la parole ?

Vous voulez vous adresser de manière différente selon votre typologie de clients ?

Vos objectifs de conversion et de rétention vous obligent à vous concentrer sur les actions les plus créatrices de revenus ?



LIVRABLES

Plan de contacts

Scenarii manuels et automatiques de campagnes

Expression des besoins techniques

Nous nommons les outils techniques dont vous avez besoin pour mettre en place votre PMR

DÉLAI
1 mois

BUDGET
15 K euros

LES AVANTAGES DU PMR



Mise en œuvre
rapide



Livrables
prêt-à-l'emploi



Transfert de
compétences

Tuto

LE PLAN MARKETING RELATIONNEL

ou comment organiser le dialogue avec ses clients et prospects

CONTRAINTES / OPPORTUNITÉS



MULTIPLICITÉ DES PROFILS CLIENT



- > Lancement produit
- > Noël
- > Saint Valentin
- > Soldes...

TEMPS FORTS DE LA MARQUE



- > Visite site web
- > Ré-abonnement
- > Visite magasin
- > Anniversaire

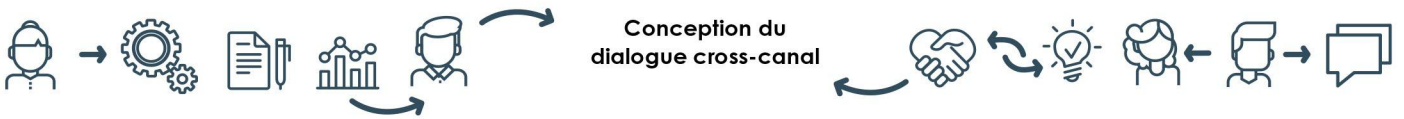
TEMPS FORTS CLIENTS



- > Cross-selling
- > Churn
- > Fidélisation

OBJECTIFS

SCÉNARISATION RELATIONNELLE



PLAN DE CONTACTS



Scénarii manuels de campagnes

Exemple : campagne SMS pour des roses auprès d'hommes de 20-45 ans pour la Saint-Valentin



Scénarii automatiques de campagnes

Exemple : la visite du site web puis de la page Facebook par le client déclenche l'envoi d'un email

DÉPLOIEMENT



TECHNIQUE



BÉNÉFICES

Performance Améliorée

Process internes fluidifiés

Approche orientée client

Pression optimisée