

DigitalMag
LE MÉDIA DE L'ENTREPRISE CONNECTÉE

& **lesBigBoss**
Business as it should be



Osez le réseau **lesBigBoss**
accélérateur de business BtoB

Votre magazine en partenariat avec **lesBigBoss**

selligent
MARKETING CLOUD
Sponsor platinumium

lesBigBoss.fr



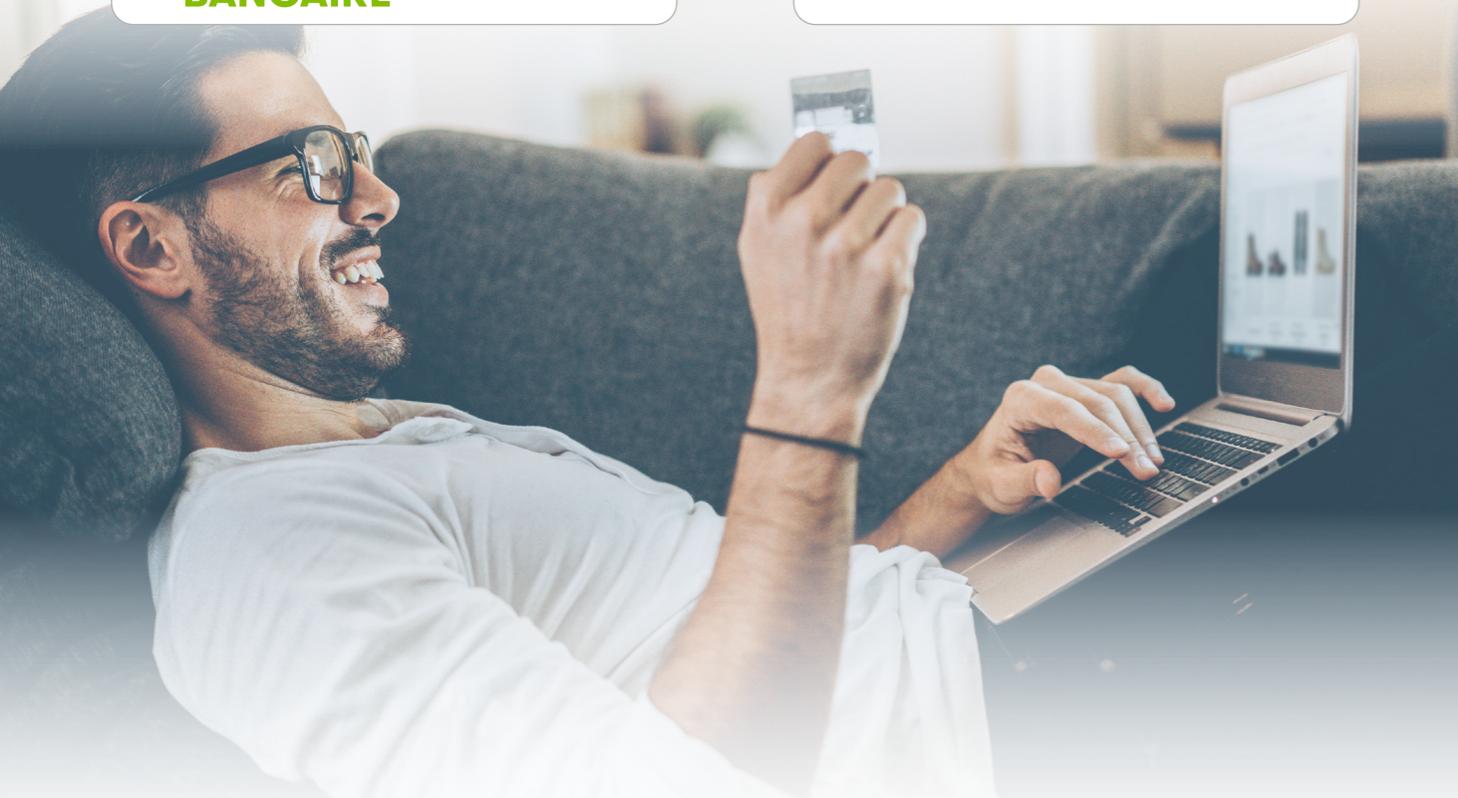
DES SOLUTIONS POUR RÉPONDRE À TOUS LES BESOINS DE VOS CLIENTS

> JE FACILITE MON PAIEMENT

3x 4x **oney**
PAR CARTE BANCAIRE

> JE FINANCE DANS LE TEMPS MES ACHATS LES PLUS IMPORTANTS

10x → 60x **oney**



BOOSTER VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES



Financement garanti



Risque 100% pris en charge par Oney



Déploiement des nouvelles solutions facilité



Simplicité et sécurité dans vos parcours d'achat

Pour plus de renseignements, rendez-vous sur www.partners.oney.com

TOUS RESILIENTS !

2020 arrive bientôt à son terme et aura définitivement et profondément marqué les esprits et impacté l'économie ...

Une année business incarnée par la résilience, l'agilité et le digital comme accélérateur ou rempart de l'activité économique des entreprises et de l'organisation du travail pour maintenir la performance des forces vives.

Au cœur de ce dispositif, l'humain qui amène la vision stratégique et déploie la transformation que les solutions technologiques permettent de conceptualiser pour répondre aux nombreuses problématiques...

L'accélérateur digital est bel et bien lancé à plein régime mais aura toujours besoin d'un pilote pour incarner la réinvention et croire aux changements pour faire émerger les opportunités qu'une situation de crise provoque finalement.

L'humain est le seul acteur de la résilience, c'est l'accent que nous avons souhaité donner à notre événement stratégique du 11 décembre avec les Winter Online Meetings by lesBigBoss, placé sous le Haut Patronage du Ministère de l'Economie, des Finances et de la Relance.

Rebond, réinvention, innovation ... c'est en restant agiles et résolument positifs que nous en ressortirons tous vainqueurs !



ALEXANDRE NOBÉCOURT
DGA Communautés et contenus chez les BigBoss

lesBigBoss

Business as it should be



Un concept unique

“ Des rendez-vous d'affaires BtoB qualifiés en mode one to one et un networking d'influence basé sur le relationnel. ”



Facilitateur de business



Animateur de communautés



Accélérateur digital

4 000 décideurs

600 sponsors

130 événements présents, hybride & distanciel



Pour plus d'informations lesbigboss.fr/forbes



SOMMAIRE

Découvrez, au travers de témoignages clients, 7 solutions pour soutenir votre stratégie et accompagner votre transformation digitale.

SOLUTIONS DE PAIEMENT

Page 4

Le paiement fractionné comme levier de développement

Cofidis vue par Coline RAYNAUD
 Directrice Marketing Digital - Lullis sur la toile

Un développement digital réussi grâce au paiement en ligne

Oney vu par Frédérique GRIGOLATO
 Directrice Offre Marketing et Innovation - St Maclou

CRM & DATA

Page 10

Optimiser son expérience client en montagne par le trigger marketing

Dolist vue par Magalie MEUROU
 Webmaster - Serre Chevalier Vallée

Selligent Marketing Cloud : outil central pour la relation client

Selligent vue par Dounia ZOUINE
 Group CDO - Unify

ACTIVATION DIGITALE

Page 16

Le SMS comme levier d'acquisition pour recruter

Wellpack vue par Sonia DA CRUZ
 Directrice Marketing & Communication - Azaé

EXPÉRIENCE CLIENTS

Page 20

Wisecom, le Call center générateur de leads et moteur de performance

Wisecom vue par Laura RODRIGUEZ-TURSAN
 PRM&CRM and Customer Relationship Manager - Hyundai Motor France

Directeur de la publication : Stéphane Emont - s.emont@digital-mag.fr | Rédacteur en Chef : Guillaume Duprez - g.duprez@digital-mag.fr
 Journalistes : Gallianne Coudert, Virginie Viron | Rédacteur en chef technique : Alban de Villeneuve | Secrétaire de rédaction : Janet Weih
 Création graphique : DSAgency 01 83 79 02 22 | Abonnement/Facturation : Stéphane Emont - s.emont@digital-mag.fr
 Abonnement - Vente au numéro - France : Abonnement d'un an 90€ HT / TVA 2,10 %. Etranger : 90€ + port de 45€
 Couverture : Romain Mira - Victor Hamant / Shutterstock

En application des articles L111-1 et suivants du code de la propriété intellectuelle tous les articles publiés dans DIGITAL Mag sont sa propriété exclusive et ne peuvent être reproduits partiellement ou totalement, sous quelque forme que ce soit «notamment par informatique» sans l'accord express préalable et écrit de l'éditeur.



Et si vos clients s'offraient le luxe de payer en plusieurs fois ?

60 % de vos clients sont intéressés par le paiement en plusieurs fois pour régler leurs achats*

Pourquoi ne pas en profiter pour intégrer une offre de paiement fractionné sur mesure ? Nous vous accompagnons dans la mise en place de nos solutions comme nous accompagnons ceux qui en profitent !

* Source : étude « les français et le luxe accessible » - Sondage OpinionWay pour Cofidis Retail - 2020



COFIDIS - Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 67 500 000 euros. Siège social : Parc de la Haute Borne - 61 avenue Halley, 59866 Villeneuve d'Ascq - RCS Lille Métropole 325507106 - Intermédiaire d'assurance enregistré auprès de l'organisme pour le Registre des Intermédiaires en Assurance n°07023493 (www.cofis.fr) - Catégorie Organisme de crédit - Étude PVA Group - Vidéo CI - mai à juillet 2019 - Plus d'infos sur escaidr.fr - Vous bénéficiez d'un délai légal de rétractation de 14 jours à compter de la signature de votre contrat. Crédits photos : @Stock_areasy.com - 03/20 - 127

SOLUTIONS DE PAIEMENT

En 2018, les français ont dépensé 90 milliards d'euros sur Internet, selon la Fevad. Un marché en pleine croissance qui est boosté par une confiance de plus en plus importante des consommateurs et aussi une offre innovante et plus large des acteurs.

Le paiement fractionné, dans ce cadre connaît un engouement important. Selon l'étude menée en juin 2020 par Opinion Way pour Banque Casino, « 1 Français sur 4 utilise désormais le paiement fractionné pour financer des achats d'électroménager (33% d'entre eux), des achats matériel high tech (29%) ou des achats de meubles (21%). Leurs motivations sont diverses : éviter un découvert, et les frais qui vont avec ; éviter d'atteindre le plafond de sa carte bancaire ; ou tout simplement profiter d'une facilité de paiement parfois proposée gratuitement ».

Les solutions de paiement s'adaptent aux modes de consommation et ne cessent d'innover pour faciliter et déclencher l'acte d'achat: paiement fractionné, 3 ou 4 x CB, paiement mobile, monnaie virtuelle, etc...

Le secteur de l'e-commerce représente 4 000 milliards de dollars en 2020. Un marché qui ne cesse de croître tout comme le paiement dématérialisé !



Cofidis Retail, le paiement fractionné comme levier de développement



Et si vos clients s'offraient le luxe
de payer en plusieurs fois ?

**60 % de vos clients sont intéressés par le paiement
en plusieurs fois pour régler leurs achats***

Pourquoi ne pas en profiter pour intégrer une offre de paiement fractionné sur mesure ? Nous vous accompagnons dans la mise en place de nos solutions comme nous accompagnons ceux qui en profitent !

* Source : étude « les français et le luxe accessible » - Sondage OpinionWay pour Cofidis Retail - 2020



COFIDIS - Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance - au capital de 67 500 000 euros. Siège social : Parc de la Haute Borée - 61, avenue Halley, 59866 Villeneuve d'Ascq - RCS Lille Métropole - 325507106 - Intermédiaire d'assurance enregistré auprès de l'ORIAS n° 070232493 (www.orias.fr) - Catégorie: Organisme de crédit - Étude EVA Group - Vidéo CI - mai à juillet 2019 - Plus d'infos sur escaidr.fr - Vous bénéficiez d'un délai légal de rétractation de 14 jours à compter de la signature de votre contrat. Crédits photos : @Stock_arsesny.com - 03/20 - 127

Pouvez-vous nous présenter Lulli ?

Le groupe multimarques Lulli est un spécialiste de la mode (vêtement, chaussures, sacs, bijoux, déco, beauté, etc.) en plein essor qui affiche une progression de plus de 50% de son chiffre d'affaires sur les deux dernières années. Créée en 2002, son siège est basé à Marseille. Il possède en propre 7 boutiques physiques, un site marchand mis en ligne en 2009, quelques corners, une maison d'hôte et une boutique Isabelle Marant, en franchise. « Nous disposons d'une offre large qui va du prêt-à-porter, aux accessoires en passant par les sacs, et les articles de décoration d'intérieur. Pour cela, nous nous fournissons auprès de 150 créateurs que nous exposons dans des concepts-stores, en point de vente comme sur la toile. En un mot, nous proposons tout pour un univers lifestyle complet ! »



Pourquoi avoir choisi Cofidis ?

Cofidis est l'un des acteurs les plus connus et reconnus. Ce rapprochement logique se traduit aujourd'hui par un partenariat très efficace.

Quels ont été les résultats ?

Le paiement fractionné est réservé à notre site web, qui accueille 250 000 visiteurs uniques par mois. Au départ, nous avions fixé un minimum d'achat de 300 euros. Mais nous l'avons baissé, à 200 euros, ce qui élargit la clientèle qui y a accès et renforce nos ventes.

Le plafond maximum a lui augmenté, pour atteindre les 2 000 euros. Le potentiel est plus important puisqu'aujourd'hui la mise en avant reste assez discrète (home page et top line). L'idée étant d'insister sur ce service et d'apporter des éléments de réassurance à notre cliente dès son arrivée sur Lulli sur la Toile. Cela participe à l'élargissement de la politique de services que nous mettons en place : notamment cette année, il est prévu d'offrir le click

& collect, la e-réservation, de proposer de nouveaux moyens de transport pour la livraison et d'intégrer un nouveau moteur de recherche, dédié aux cadeaux. Là aussi, cette nouveauté est liée à la facilité de paiement : beaucoup de nos membres viennent chercher un présent sur notre site. C'est un motif de visites et le paiement fractionné leur permet de procéder à cet achat « supplémentaire » de manière presque indolore. Aussi, nous réaffirmons l'offre de paiement fractionné sur la fiche produit de chaque article. C'est très souvent ce qui permet de convaincre la cliente : elle n'a plus qu'à cliquer dessus et mettre au panier son article pour bénéficier du 3xCB / 4xCB. 70% de notre trafic vient du mobile aujourd'hui, c'est pourquoi, le paiement fractionné est également proposé sur ce device, devenu incontournable pour les consommateurs. Les parcours de souscription sont pensés mobile first et donc complètement fluides sur les mobiles également.

Le paiement fractionné apporte un service supplémentaire permettant de rendre le haut de gamme accessible

Pourquoi recommanderiez-vous Cofidis ?

Nous recommanderions Cofidis car outre, son statut d'acteur incontournable, l'accompagnement proposé est souple et réactif. Les équipes sont aussi force de propositions dans l'accompagnement. Ils nous font avancer !



ET LE PAIEMENT S'ADAPTE À VOS CLIENTS

Avec 2 millions de clients et 350 enseignes partenaires, Cofidis est depuis plus de 30 ans l'un des principaux acteurs du crédit à la consommation en France (crédits renouvelables et prêts personnels, solutions de paiement, assurance, rachat de créances et partenariats). Acteur fortement engagé dans l'accompagnement de ses clients, Cofidis s'appuie sur un conseil personnalisé, des outils & services innovants et la pédagogie du crédit pour faire du consommateur un acteur de son budget, informé et responsable. Cofidis contribue également

au dynamisme commercial des enseignes de distribution et sites e-commerce avec Cofidis Retail, qui propose l'offre la plus large du marché en matière de solutions de paiement. L'accompagnement de ses partenaires dans le développement de leur activité est au cœur de ses préoccupations. Forte de son positionnement centré sur la satisfaction client, Cofidis Retail apporte des solutions de paiement fluides, omnicanal et parfaitement intégrées dans les parcours d'achats. Pour en savoir plus : www.cofidis.fr et www.cofidis-retail.fr

DES SOLUTIONS POUR RÉPONDRE À TOUS LES BESOINS DE VOS CLIENTS

› JE FACILITE MON PAIEMENT

3x 4x **oney**
PAR CARTE BANCAIRE

› JE FINANCE DANS LE TEMPS MES ACHATS LES PLUS IMPORTANTS

10x → 60x **oney**

BOOSTER VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES



Financement garanti



Risque 100% pris en charge par Oney



Déploiement des nouvelles solutions facilité



Simplicité et sécurité dans vos parcours d'achat

Pour plus de renseignements, rendez-vous sur www.partners.oney.com

Un développement digital réussi grâce au paiement en ligne



Pouvez-vous nous présenter St Maclou ?

Entreprise française de plus de 50 ans, l'ADN de St Maclou est avant tout industriel. Preuve en est, elle fabriquait par le passé ses propres moquettes. Si son image reste traditionnelle, elle amorce aujourd'hui le virage de la modernité par l'omnicanalité. Elle s'oriente vers des produits de qualité et exclusifs de l'univers de l'aménagement et de la décoration. Autrement dit, chez Saint-Maclou, on trouvera les produits qu'on ne verra pas ailleurs.

La gamme de Saint-Maclou, à travers ses 140 magasins, s'étoffe dans sa largeur allant des sols stratifiés, aux parquets, en passant par les rideaux, les coussins, tapis et stores, le tout sur-mesure ! Saint-Maclou a donc su évoluer avec son temps. Aujourd'hui, fort de ce concept déco renforcé, l'entreprise doit communiquer sur ce changement.

Nous avons en mars trois solutions devant nous : rester pétrifié, fuir ou se battre. Se battre contre une pandémie n'avait pas de sens ; rester pétrifié n'aurait pas fait avancer l'entreprise alors, nous avons fui vers un chemin de traverse, celui de la digitalisation.

La crise de la Covid 19 a accéléré ces développements : Au mois de mars l'entreprise ne disposait pas de site web marchand en a développé un en moins de 45 jours, un temps record, avec des résultats enregistrés au-delà de ses espérances.

En moins de deux mois, l'entreprise a également proposé, via son site, des prises de rendez-vous on line, des solutions de paiement à distance, un chat avec une équipe de vendeurs dédiée. L'enjeu social et humain que représentent les 1500 collaborateurs rendait indispensable cette avancée.

LE CHIFFRE À RETENIR DE VOTRE COLLABORATION

Un panier d'achat multiplié par

4

Quels étaient vos besoins ?

Nous recherchions une solution qui pouvait répondre à différents critères. D'une part, la fiabilité de l'entreprise que nous allions choisir était un critère fondamental.

D'autre part, nous souhaitions aussi trouver une solution qui permette à nos clients, dont 1 sur 4 réalisent un financement pour leurs travaux, de bénéficier du paiement fractionné. Les clients peuvent ainsi, grâce à Oney, aller du paiement en 4 fois sans frais à hauteur 5000 € jusqu'au paiement en 15 fois.

Enfin, nous voulions innover et c'est ce que nous avons fait grâce à l'offre Bundle

qui permet aux clients de finaliser sa commande chez lui, à distance par mail ou SMS.

Très peu d'enseignes sont allées aussi loin dans cette démarche : offre full client paiement à distance (magasin et web) et financement long.

Pourquoi avoir choisi Oney ?

Oney est un partenaire reconnu pour une relation durable. A travers son offre large et souple, les équipes ont compris très vite nos besoins en les rendant opérationnels dans des délais très courts. Oney a été un véritable booster pour notre entreprise et continue de l'être par ses conseils pertinents. Fiabilité, durabilité et qualité de la relation qualifient Oney et ses équipes.

Quels ont été les résultats ?

Le panier a été multiplié par 4 avec un taux d'acceptation des paiements de 95% pour un chat serein. Nos clients ont pu se faire plaisir ! Par ailleurs, nous avons constaté que dans 80% des cas, le 4 fois sans frais est plébiscité.

Le panier a été multiplié par 4 avec un taux d'acceptation des paiements de 95% pour un achat serein

Pourquoi recommanderiez-vous Oney ?

Oney est résolument tourné vers et pour ses clients. Les équipes sont soucieuses des consommateurs et grâce à leur agilité, nous avons réussi un pari un peu fou.

oney UN BANQUIER COMMERÇANT

Depuis plus de 35 ans, notre double culture de banquier-commerçant et notre compréhension des enjeux du commerce nous positionnent comme un acteur majeur capable de vous accompagner dans le développement de votre business, en France et à l'international. Nous mettons à votre disposition nos expertises, reconnues par plus de 500 commerçants et ecommerçants, en matière de paiement fractionné, de financement, d'assurances, de gestion de la fraude, de reconnaissance client et de sécurité (Oneytrust) pour offrir à vos

clients des parcours d'achats simples, sécurisés et omnicanaux. Notre objectif : booster votre chiffre d'affaires, vous permettre de capter de nouveaux clients, augmenter votre panier moyen et favoriser le ré-engagement de vos clients.

Chaque jour, nos 2 600 collaborateurs, dans 11 pays, réinventent la banque en mettant l'humain au centre de nos préoccupations et ainsi permettre à plus de 7,7 millions de consommateurs de réaliser leurs projets.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.oney.fr

WE MAKE MARKETING PERSONAL

- ▶ Marketing automation
- ▶ Personnalisation avancée
- ▶ IA native au service des marketeurs

Visitez www.selligent.com
pour en savoir plus

CRM & DATA

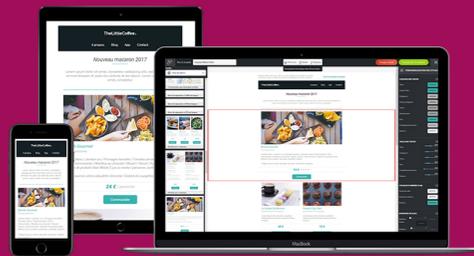
Impossible aujourd'hui de vendre un produit ou proposer un service sans connaître son client. Pour vendre le bon produit au bon moment par le bon canal et à la bonne personne, une stratégie est indispensable et des outils performants également.

La data est définie comme l'or noir. Et pour cause, le marché du data marketing est évalué à plus de 2 milliards d'euros. Avec une croissance de 4,4 %, il évolue trois fois plus vite que le reste de l'économie française. Ce marché est intimement lié aux évolutions technologiques de la data. L'intelligence client constitue un élément clé des solutions CRM qui sont orientées client. A ce titre, les outils permettent à la fois une meilleure connaissance client et par conséquent, la définition de stratégies adaptées.

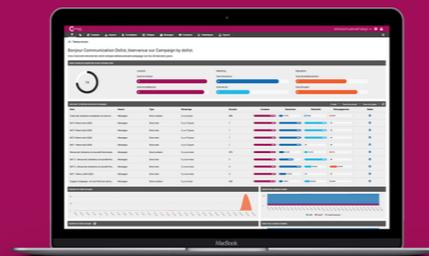
La Business Intelligence constitue aussi l'une des grandes tendances du marché des CRM. La BI aide en effet les entreprises à mieux répondre aux besoins stratégiques mondiaux.

Aujourd'hui, les solutions CRM se basent sur les données qui se sont multipliées rapidement grâce au Big Data, à l'Intelligence Artificielle, au Business Intelligence commercial ou encore aux Analytics.

E-mail Responsive Builder
www.welkom-email-builder.com



E-mail, SMS & Marketing Automation
www.campaign-marketing.com



La conception d'emailing Responsive performant devient un jeu d'enfants

Le juste équilibre entre richesse fonctionnelle, sécurité et accompagnement humain



E-mails Responsive



Optimisés délivrabilité



RGPD Compliant & Gestion data



Synchronisation des données



Mode collaboratif



Indépendant des solutions de routage



Maîtrise délivrabilité & Réputation



Ciblage & Segmentation

Optimiser son expérience client en montagne par le Trigger Marketing



Serre Chevalier Vallée Briançon

Pouvez-vous nous présenter Serre Chevalier Vallée ?

Etendue à plusieurs communes (Briançon, Chantemerle, Salle-les-Alpes, Villeneuve ou encore Monétier-les-Bains), Serre Chevalier Vallée est la plus grande station de sports d'hiver des Alpes du Sud. Le domaine, qui s'étage entre 1 200 et 2 830 mètres d'altitude et propose 250km de pistes skiables, est surtout connue pour offrir activités et animations diverses, qui en font aujourd'hui une station prisée.

Nous recherchons une nouvelle approche relationnelle pour améliorer le parcours client de nos visiteurs et développer notre expérience client en montagne

Quels étaient vos besoins ?

Nous recherchons une nouvelle approche relationnelle pour améliorer le parcours client de nos visiteurs et développer notre expérience client en montagne. Nous voulions exploiter davantage nos

canaux, newsletter et réseaux sociaux notamment, pour élargir notre audience et générer plus d'engagement.

Dolist a su nous accompagner et répondre efficacement à nos problématiques

Pourquoi avoir choisi Dolist ?

Nous travaillons avec Dolist depuis quelques années, c'est donc en toute logique que nous avons fait appel à eux pour nous aider à optimiser notre expérience client et fidéliser nos visiteurs.

LE CHIFFRE À RETENIR DE VOTRE COLLABORATION

Jusqu'à
30%
de taux de réactivité

Quels ont été les résultats ?

Avec l'aide de l'équipe Conseil, nous avons mis en place un formulaire d'inscription newsletter lors de la 1ère connexion à l'une des bornes du réseau Wi-Fi de la station. Nous avons ensuite créé ensemble 3 scénarios Trigger Marketing (envoi d'emails automatique) de type « Welcome Pack » auprès des nouveaux opt-in :

- 1er message à J+1 : mise en avant des activités incontournables de la

station + avantages de l'utilisation de l'application mobile

- 2e message à J+3 : invitation au partage de photos sur les réseaux sociaux, prises au sein de la station
- 3e message à J+10 : vidéo promotionnelle de la station + questionnaire de satisfaction

Avec le déploiement de ces mécaniques Marketing, nous avons constaté jusqu'à 50% de taux d'ouverture en plus et un grand taux d'engagement sur les réseaux sociaux.

Avec le déploiement de ces mécaniques Marketing, nous avons constaté jusqu'à 50% de taux d'ouverture en plus et un grand taux d'engagement sur les réseaux sociaux

Pourquoi recommanderiez-vous Dolist ?

Dolist a su nous accompagner et répondre efficacement à nos problématiques. Ce travail réalisé sur la mise en place de Trigger Marketing, ainsi que la valorisation de l'expérience client, ont permis d'augmenter de façon significative la fréquentation du site Internet. La newsletter quant à elle nous a permis de renforcer le lien avec nos clients en les incitant à consulter notre application, notre site web mais également nos réseaux sociaux.

dolist SPÉCIALISTE EN DATA, EMAIL & SMS MARKETING

Dolist est experte depuis 2000 en Data, E-mail & SMS Marketing. L'ensemble de nos solutions vise à optimiser les programmes de Marketing relationnel de nos clients et à créer des relations durables avec leurs publics. Notre offre associe technologies Marketing (Email Responsive Builder, Email & SMS Marketing, Marketing Automation Omnicanal, Customer Data Platform, Email & SMS Transactionnel, DataViz...) et services de conseil

et d'accompagnement multi-plateformes (Audit & Conseil Marketing, Studio création Email Design, intégration HTML Email, gestion opérationnelle Email & SMS, formation Email Marketing...). Cultura, Toshiba, Le Louvre, BNP Paribas, Auchan Voyages, Randstad... Plus de 600 clients ont déjà amélioré leur expérience client à nos côtés.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.dolist.com

WE MAKE MARKETING PERSONAL

- ▶ Marketing automation
- ▶ Personnalisation avancée
- ▶ IA native au service des marketeurs

Visitez www.selligent.com
pour en savoir plus

Selligent Marketing Cloud : Outil central pour la relation client

Pouvez-vous nous présenter Unify ?

Présent dans 20 pays et rassemblant chaque mois 100 millions de visiteurs uniques, Unify, branche digitale de TF1 Groupe, est le premier groupe numérique construit autour de contenus fédérateurs, de productions originales, de talents (le palmashow, Michou, jenesuispasjolie, etc.), d'événements et de services dédiés aux thématiques féminines, santé et divertissement.

Avec 700 collaborateurs, nos activités se regroupent autour de 3 secteurs :

- Publishers : Aufeminin (et ses déclinaisons internationales : Alfeminile, Enfemenino, Gofeminin, Sofeminine), Marmiton, Livingly Media, My Little Paris, Merci Alfred, Doctissimo, OnMeda, Les Numériques, CNET, ZDNET, GameKult, Parole de Mamans, Beauté Test, Netmums
- Brand Solutions et services: Ykone, Studio71, Vertical Station, Gamed!, Magnetism, TF1 Digital Factory
- Social e-commerce: MyLittleParis, Beautiful Box by Aufeminin, Gretel, Madeline, Joyce

LE CHIFFRE À RETENIR DE VOTRE COLLABORATION

70

utilisateurs formés

Quels étaient vos besoins ?

La Direction Data et Digital adresse tous les métiers d'Unify dans la diversité de leurs activations, de leurs opérations CRM et de leurs profils d'utilisateurs : équipes éditoriales, marketing e-commerce, équipes acquisition, etc.



Au sein de ces opérations, l'emailing et la scénarisation relationnelle tiennent une place importante et toute particulière pour :

- Nos marques Média/Publishers: abonnement aux newsletters, abonnement contenu Premium, création de compte utilisateur, etc.

- Et nos marques e-commerce : gestion PRM / CRM, conversion, qualification d'utilisateurs, etc.

Nous avons donc à la création du groupe besoin :

- D'adresser de manière unifiée et harmonisée tous nos cas d'usage et toutes nos marques y compris avec l'utilisation des mêmes outils d'activation et de gestion des données au sein du groupe
- De bénéficier d'une stack technique puissante en performance et suffisamment agile pour épouser l'évolution progressive et le déploiement au fil de l'eau de nouvelles marques et de nouveaux cas d'usage. Avec un enjeu tout particulier lié à l'industrialisation des déploiements et des évolutions futures
- De créer des synergies entre les différentes marques
- D'augmenter les capacités de pilotage de la performance en ayant un accès

facile à des Metrics fiables et unifiées au sein d'une même typologie de cas d'usage et/ou de business model

- D'interface particulièrement user-friendly pour autonomiser au maximum les équipes éditoriales et e-commerce sur leurs activations.

Pourquoi avoir choisi Selligent ?

Selligent Marketing Cloud nous permettait de répondre de manière pragmatique à la majorité de nos besoins (performance, agilité, friendliness, et couverture de nos cas d'usage) avec un accompagnement expert qui a été stratégique pour un projet de déploiement de cette envergure et une équipe projet interne nouvellement créée et resserrée.

Selligent Marketing Cloud nous permet de répondre de manière pragmatique à la majorité de nos besoins

Quels ont été les résultats ?

Les résultats ont été à la hauteur de nos espérances, c'est bien la force de ce partenariat :

- Une vingtaine de marques déployées sur Selligent Marketing Cloud sur 12 mois sans retard ! Sur 5 pays
- Entre 2 et 3 points de délivrabilité gagnés depuis la bascule de nos opérations sur Selligent Marketing Cloud
- 70 utilisateurs formés

Pourquoi recommanderiez-vous Selligent ?

Pour l'agilité de la solution et l'accompagnement de ses équipes.



WE MAKE MARKETING PERSONAL

Selligent Marketing Cloud, une marque de CM Group, est une plateforme avancée du cloud, spécialisée dans le marketing omnicanal et l'expérience client.

Sa technologie innovante, intégrant des fonctionnalités natives d'IA, fournit aux marques des données en temps réel leur permettant de livrer un contenu personnalisé et de favoriser

l'engagement des consommateurs sur tous les canaux.

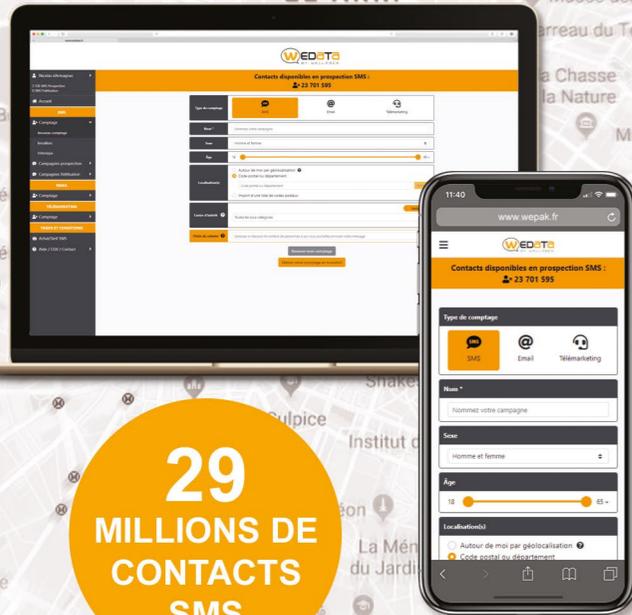
S'appuyant sur ses nombreuses implantations en Europe et aux Etats-Unis ainsi que sur un réseau mondial de partenaires, l'objectif de Selligent Marketing Cloud est de toujours pousser plus loin le marketing personnalisé.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.selligent.com

LEADER DES CAMPAGNES D'ACQUISITION LOCALE PAR SMS
LE MÉDIA LE PLUS PERFORMANT DU MOMENT



SOLUTION SMS
LOCATION DE DATA BTOC
 Comptage, location et envoi de SMS géociblés



29
MILLIONS DE
CONTACTS
SMS

CAMPAGNE SMS ENRICHIE
 Créez une interactivité avec vos futurs clients



JUSQU'À
95%
DE TAUX DE
LECTURE

Découvrez en temps réel votre potentiel de nouveaux clients et envoyez des campagnes SMS en toute simplicité

Repoussez les limites des 160 caractères avec le SMS enrichi

ILS NOUS FONT CONFIANCE
 ...et tellement d'autres

ACTIVATION DIGITALE

L'activation digitale met généralement en oeuvre une campagne média, un événement de marque, une notoriété ou un accord de sponsoring sur les médias et canaux digitaux. Elle permet, pour une organisation, d'atteindre de nouveaux internautes (fans, followers, etc.) pour développer et animer sa communauté. Elle a aussi pour objectif d'exploiter des campagnes digitales pour engager des consommateurs à travers des actions très clairement orientées ventes.

L'activation digitale se fait souvent à travers des sites dédiés ou des opérations spécifiques sur les réseaux sociaux. Les consommateurs sont friands d'innovation. Les entreprises doivent répondre à cette nouvelle attente.

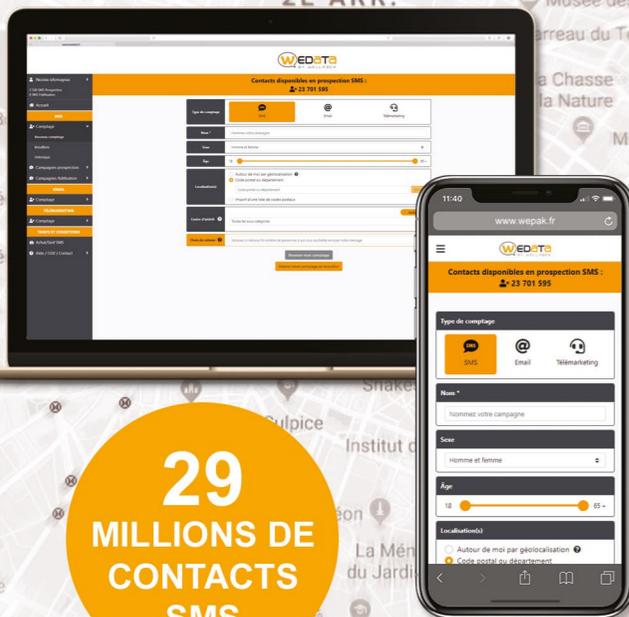
L'activation digitale recherche l'hyperpertinence. Les marques, face aux évolutions technologiques et sociétales doivent intégrer une réalité d'échange permanent avec ses clients et prospects en intégrant l'ensemble des codes digitaux. Elle peut prendre, par exemple, la forme de posts sponsorisés ou d'un jeu concours par exemple.

Il convient donc pour faire vivre la marque de créer de l'interactivité permanente et pertinente. C'est ici tout l'enjeu.

LEADER DES CAMPAGNES D'ACQUISITION LOCALE PAR SMS LE MÉDIA LE PLUS PERFORMANT DU MOMENT



**SOLUTION SMS
LOCATION DE DATA BTOC**
Comptage, location et envoi de SMS géociblés



**29
MILLIONS DE
CONTACTS
SMS**

CAMPAGNE SMS ENRICHIE Créez une interactivité avec vos futurs clients



**JUSQU'À
95%
DE TAUX DE
LECTURE**

Découvrez en temps réel votre potentiel de nouveaux clients et envoyez des campagnes SMS en toute simplicité

Repoussez les limites des 160 caractères avec le **SMS enrichi**

ILS NOUS FONT CONFIANCE

...et tellement d'autres

BUT

GRUPE
vyv

Azaé
la vie facile

**L'ORÉAL
PARIS**

Le SMS comme levier d'acquisition pour recruter

Pouvez-vous nous présenter Azaé ?

Azaé est une marque du groupe A2micile Europe, entreprise leader spécialisée dans les services à la personne. Notre métier est de faciliter le quotidien de nos clients en leur proposant des prestations à domicile : ménage, maintien à domicile de personnes âgées, dépendantes ou handicapées, garde d'enfants et jardinage. En tout ce sont 150 agences en France et 8 000 collaborateurs.

L'équipe est à la fois d'un grand professionnalisme et d'une très grande réactivité, deux qualités que nous apprécions

Quels étaient vos besoins ?

Recruter ! Notre réseau ne cesse de grandir, nous sommes donc continuellement à la recherche de collaborateurs pour travailler sur le terrain, mais également au sein de nos agences. Si nous travaillons sur l'acquisition de clients, nous avons également mis en place une stratégie visant à attirer de nouveaux candidats. C'est un fait, le secteur des Services à la personne connaît d'importantes difficultés de recrutement. Ce sont des métiers qui doivent être à la fois valorisés et professionnalisés et nous y travaillons en plaçant l'humain au cœur de nos réflexions. Nous recrutons actuellement plus de 4 000 postes en CDI sur toute la France, en particulier des aides ménagères ou ménagères et des auxiliaires de vie.



Quels ont été les résultats ?

Le bilan de l'opération a été très positif avec un taux de clic moyen de 4% sur l'ensemble des campagnes. Nous nous sommes rendu compte que le SMS était tout à fait complémentaire à nos autres leviers. Nous avons donc proposé cette solution à l'ensemble de nos agences.

Pourquoi recommander Wellpack ?

Tout d'abord, parce que l'équipe est à la fois d'un grand professionnalisme et d'une très grande réactivité, deux qualités que nous apprécions. La solution quant à elle, est très rapide

Pourquoi avoir choisi Wellpack ?

Notre stratégie web est très orientée acquisition, nous actionnons déjà au quotidien de multiples leviers digitaux et étions à la recherche de solution alternative, nous n'avions pas encore testé le sms.

A l'occasion de la dernière Winter 2018, j'ai rencontré les équipes de Wellpack avec qui j'ai échangé de manière très constructive. Au-delà de leur bonne humeur, ils ont su me convaincre de l'adéquation de leur solution avec mes besoins.

Wellpack a géré l'ensemble du projet de A à Z

Comment Wellpack a répondu à votre problématique ?

Nous avons mis en place un test visant à cibler des candidats potentiels et à les inciter à postuler sur notre site carrière. Wellpack a géré l'ensemble du projet de A à Z. Après avoir déterminé le profil recherché selon des critères précis, nous avons défini les zones géographiques concernées et leur potentiel. Wellpack a ensuite travaillé sur le lancement de 6 campagnes locales.

**LE CHIFFRE À RETENIR
DE VOTRE COLLABORATION**

Taux de clic de

4%

sur l'ensemble des campagnes

à mettre en place, nous permettant, par exemple de répondre de manière très réactive et localisée à des besoins urgents en recrutement.

Par ailleurs, toutes les campagnes sont tracées puisque les candidats sont redirigés vers une landing page et un formulaire dédié. En interne, il nous est donc possible de mesurer très précisément le nombre de leads générés par campagne. Autrement dit, la solution est agile et souple, le budget maîtrisé et le tracking précis.



WELLPACK
BUSINESS DATA

LE SMS MARKETING POUR ACQUÉRIR DE NOUVEAUX CLIENTS

Fort de 19 ans d'expérience, WELLPACK dispose d'un savoir-faire incontestable dans la collecte, la monétisation de données BtoC et aussi d'une connaissance pointue de tous les supports existants du marketing direct.

Wellpack est devenue une référence dans la data BtoC et dans l'acquisition de nouveaux clients par SMS. Nous accompagnons nos clients de A à Z dans leur projet en mettant à profit notre expertise mobile pour des opérations drive to store ludique et inno-

vante que ce soit pour des campagnes de notoriété, de promotion et d'information. Notre réactivité nous permet de répondre aux besoins, de nos clients, les plus urgents. Grâce à notre base de données mobiles de plus de 29 millions de prospects opt 'in ultra qualifiée, nous mettons à disposition de nos clients la plus importante base de données du marché intégrée à des solutions simples et intuitives aux couleurs de vos enseignes.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.wellpack.fr



wisecom^w

1^{er} Centre d'appels
en plein cœur de Paris

Vous êtes différents ...Nous aussi !

EXPÉRIENCE CLIENTS

L'expérience client désigne l'ensemble des émotions et sentiments ressentis par un client avant, pendant et après l'achat d'un produit ou service. C'est le résultat de l'ensemble des interactions qu'un client peut avoir avec la marque ou l'entreprise.

Les consommateurs souhaitent aujourd'hui que chaque achat leur fasse vivre une expérience. Exit donc la vente d'un produit ou d'un service uniquement. Ils souhaitent que la marque soit proactive sans être intrusive et que leurs besoins soient assouvis de manière fluide et efficace.

L'expérience client est donc différente du parcours d'achat. Pour que ce dernier se déroule sans encombre, générant satisfaction et confiance des consommateurs, il convient de garantir une expérience client réussie qui peut s'établir à travers différentes étapes :

- L'écoute et la compréhension des besoins pour une meilleure expérience client.
- La proposition de différents points de contact, source d'expérience client.
- La transformation de l'expérience client en privilégiant un service client réactif... Et même proactif !
- La capacité à résoudre chaque problème méthodiquement vecteur d'expérience client.

wisecom[®]

VOUS ÊTES DIFFÉRENTS, NOUS AUSSI !

PLUS QU'UN CENTRE DE CONTACT...

Un accélérateur de croissance

Un créateur d'opportunités

Un capteur de tendances

...EN PLEIN COEUR DE PARIS !



5 & 26 rue de la Boétie, 75008 Paris | 50 rue d'Hauteville, 75010 Paris
www.wisecom.fr - 01 70 96 80 80

Wisecom vue par Laura Rodriguez-Tursan
PRM&CRM and Customer Relationship Manager - Hyundai Motor France

Wisecom, le call center générateur de leads et moteur de performance

Pouvez-vous nous présenter Hyundai Motor France ?

5ème constructeur automobile mondial, Hyundai a un réseau de filiales et importateurs international, et c'est en 2012 que la France devient une filiale « Hyundai Motor France ». Depuis, le succès est au rendez-vous avec des ventes doublées et une part de marché supérieure à 2% qui ne cesse de progresser.

Hyundai Motor France se différencie par sa large gamme électrifiée sur les SUV et Berline permettant d'offrir aux consommateurs la meilleure technologie pour l'usage adapté.

Avec 196 concessions recensées en France, le groupe compte une centaine de salariés et de nombreux prestataires.

prospection et après-vente, pour qualifier de manière pertinente les prospects et clients et gagner en réactivité sur le parcours client.

Pourquoi avoir choisi Wisecom ?

Wisecom, par son expertise et notre besoin d'amplifier nos campagnes est devenu un prestataire de premier plan. Aujourd'hui, Wisecom gère en externalisation toute la stratégie call center avec une qualité de proposition et d'analyse percutantes et efficaces. Avec Wisecom nous avons développé un canal de relance, de prospection et d'enquête et au fil du temps, notre partenariat a beaucoup évolué. Le Call center a pris sa place en devenant un outil à la fois générateur de business et aussi de conseil.



été plus qu'à la hauteur avec un taux de joignabilité quasi-total, alors qu'en temps normal nous atteignons les 70% et une validation doublée en comparaison avec une autre campagne.

Dernièrement Wisecom nous a accompagné sur le déploiement d'un service de « vendeur en ligne » qui dispose de toutes les compétences pour conseiller les clients jusqu'à la vente à distance et mise en relation avec les distributeurs. Ce projet est déjà très prometteur. Enfin, Wisecom nous accompagne dans la mise en place d'enquêtes nous permettant à partir des verbatims, d'affirmer les choix, de mesurer les conversions en fonction des termes utilisées et donc d'adapter nos offres. A ce sujet, nous allons mensualiser les enquêtes.

Pourquoi recommanderiez-vous Wisecom ?

Qualité, réactivité, créativité, disponibilités et relation de confiance, font de Wisecom un partenaire gagnant/gagnant. Leur force c'est aussi leur agilité et leur capacité à monter très rapidement une campagne, même avec de grands volumes.

LE CHIFFRE À RETENIR DE VOTRE COLLABORATION

Sur l'ensemble de nos leads en 2020,

plus de 40%

transmis en réseau sont qualifiés
par Wisecom

Le Call center a pris sa
place en devenant un
outil à la fois générateur
de business et aussi de
conseil.

Quels ont été les résultats ?

Ils ont été nombreux ! A commencer par la qualification des leads et le transfert des datas dans notre outil CRM. En 2018, Wisecom a relevé le challenge de nous accompagner dans l'internalisation d'un service de relation client. Ainsi, une équipe de 4 personnes formée accompagne notre réseau et nos clients.

Également, durant la période de la COVID 19, grâce à son expertise métier et à distance, nous avons monté une campagne ad hoc sur l'ensemble des prospects que nous n'arrivions pas à contacter. Période propice aux échanges, les résultats ont

Quels étaient vos besoins ?

Le département Marketing a pour mission de se placer au service du business en générant du trafic dans les concessions. Pour y répondre, nous investissons les différents canaux en campagnes BtoB et BtoC : digital, mailing, communication locale, etc... Nous avons besoin d'un prestataire pour nous accompagner dans la requalification de nos contacts en



wisecom[®]

LA RELATION CLIENTS MÉTAMORPHOSÉE !

Dans un métier entre transformation digitale et relation humaine, Wisecom, premier centre de contacts situé en plein cœur de Paris (8ème & 10ème), se positionne comme le partenaire des marques pour les accompagner dans l'évolution de leur expérience clients.

Wisecom intervient de la réflexion stratégique à la mise en œuvre opérationnelle, grâce à des technologies innovantes, une capacité de recrutement et de fidélisation des talents unique et un savoir-faire avéré dans le conseil, en agrégeant ainsi l'ensemble des éléments pour dessiner une réponse multicanale cohérente.

- Gestion de service clients (Tél, mail, RS, visio en multilingue)
- Transformation de leads (Call to Action) BtoC et BtoB
- Prospection commerciale (Inside Sales BtoB)
- Conseil, nous accompagnons les marques dans leur projet autour de l'automatisation, l'expérience clients et la transformation de leurs métiers physiques en relation à distance. Nous comptons parmi nos clients des références prestigieuses dans les secteurs automobile, mode, retail, banque/assurance, loisirs, tourisme, immobilier ou encore Luxe... Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.wisecom.fr

lesBigBoss

Business as it should be

Vous avez des **projets stratégiques** ?



Vous souhaitez **rencontrer des prestataires**
en **affinité** pour **accélérer vos déploiements**
de transformation digitale ?

Rejoignez la communauté lesBigBoss
pour être acteur de votre business en 2021 !

lesBigBoss
Business as it should be

QUI SOMMES-NOUS ? EVENEMENTS BIG BOSS SPONSORS BLOG AMBASSADEURS

MON COMPTE f t @ in

JE SOUHAITE PARTICIPER

EXPERT DE LA MISE EN RELATION
D'AFFAIRES

Nous accompagnons décideurs et prestataires pour accélérer
business

Bonjour et bienvenue !
Je suis BigBot.

www.lesbigboss.fr

