

Optimiser la relation client / prospect grâce aux TIC

Cette société maîtrise les différents matériaux, procédés et technologies pour fabriquer des pièces acoustiques et thermiques. Elle offre à ses clients son savoir-faire, et leur propose des pièces adaptées à leurs besoins. Avec un chiffre d'affaire de 10 millions d'euros en 2002 la société emploie une cinquantaine de personnes et se distingue de la concurrence par sa réactivité.

En 1999, la société met en place son site Internet qui doit être à la fois un site vitrine, un lieu d'échange et un outil pour la relation client. Elle a donc cherché à trouver un outil qui lui permette d'optimiser sa relation client/prospect. L'idée de la refonte du site Internet est rejetée au profit d'une newsletter qui permet une information push : le client n'aura ainsi plus besoin de faire la démarche pour aller jusqu'au site, l'information vient à lui directement, sous la forme d'une lettre numérique. L'objectif est d'offrir un service supplémentaire au client et d'améliorer ainsi la relation client/prospect. La liste de diffusion est préexistante, elle est constituée du fichier de clients et prospects.

Dans le cadre de ce projet, la société a choisi de développer une stratégie de différenciation par le service: elle est plus réactive et peut s'adapter à toutes les commandes en offrant un service personnalisé. Sa newsletter lui permet d'aller plus loin encore dans cette relation client. L'utilisation des TIC a ainsi permis de toucher facilement de nouvelles clientèles et ce à un moindre coût. La société a récupéré de nouveaux contacts, sa base de clients s'agrandit et elle va sans doute pouvoir gagner ainsi de nouveaux marchés.

La mise en œuvre de la newsletter offre en effet un service supplémentaire au client. De plus, elle peut adapter sa lettre à la personne à laquelle elle l'envoie, en la déclinant sous trois formes selon qu'elle s'adresse à un acheteur, à un bureau d'étude ou à une cellule de direction générale. Sa relation avec le client est mieux ciblée que par le passé, et donc améliorée.