

Information Management - News

Know How Booster 25

L'importance accordée aux données clients serait exagérée... vraiment ?

L'un des critères les plus importants pour une gestion moderne et efficace des données est la disponibilité permanente de informations commerciales, actualisées et pertinentes. Mais pourquoi est-ce devenu si important ? Auparavant, il était possible de travailler sans s'en inquiéter, sans même un accès permanent aux données. Les activités commerciales étaient planifiées, les informations nécessaires étaient regroupées, puis les opérations étaient lancées les unes après les autres.

Un nouveau monde

Malheureusement, le monde du travail s'est depuis métamorphosé, même si dans quelques rares entreprises, le temps semble s'être suspendu. Les méthodes de travail qui avaient fait leurs preuves sont tout à fait respectables. Mais certains changements extérieurs s'imposent à nous aujourd'hui.

Le client est dorénavant au cœur de nos préoccupations et ne pas être sous-estimé. L'entreprise devrait porter tous ses efforts vers le client, orienter sa stratégie, ses décisions, ses processus et articuler ses offres autour des besoins et des préférences de ses clients. Le point de vue du client doit siéger au cœur de l'entreprise. Comprendre ses attentes et ses souhaits est la condition sine qua non d'une meilleure expérience client. Le client doit être au centre de nos préoccupations, à chaque instant.

Dans ce but ultime, les entreprises doivent tout d'abord identifier et comprendre les besoins et

les préférences de leurs clients pour ensuite développer des produits, des services et des processus en totale adéquation avec ces besoins et préférences. La communication avec le client devrait également être adaptée à cette nouvelle dynamique, afin de créer un échange plus personnel et donc plus efficace.

Le succès de cette approche repose, entre autres, sur la mise en œuvre de méthodes de collecte, d'analyse et d'utilisation des retours clients afin de mieux appréhender leurs besoins et leurs souhaits.

Si par le passé les clients étaient déjà exigeants, et ce à juste titre, il faut bien comprendre qu'aujourd'hui ils attendent un traitement encore toujours rapide et sur mesure de leurs commandes. Tout doit s'enchaîner sans le moindre accroc, avec des prix optimisés, idéalement en combinaison avec une excellente expérience client personnalisée, le tout accompagné d'une communication de premier ordre

Que faut-il pour y arriver ? Une collecte de données tout d'abord, aussi exhaustive que possible, regroupant de nombreuses informations sur le client. Ensuite, ces données client pertinentes doivent réellement être à jour et accessibles.

La qualité des données clients est la clé du succès

L'accessibilité à des données client de qualité est donc primordiale, et ce pour plusieurs raisons :

- **Le sur-mesure** : l'analyse des données clients permet aux entreprises de mieux cerner leurs besoins et leurs préférences individuels. Sur cette base, les entreprises peuvent proposer des offres, des produits ou des services personnalisés afin de coller aux besoins spécifiques de chaque client. L'une des conséquences sera l'augmentation de la satisfaction et de la fidélisation des clients.
- **L'optimisation de la communication client** : l'analyse des données de chaque client permet aux entreprises de mieux comprendre comment les clients échangent avec elle et quels sont leurs canaux favoris. Cela permet aux entreprises de mieux répondre aux demandes reçues des clients, et d'adapter leur communication en conséquence.
- **Une meilleure connaissance client** : Les données clients offrent un aperçu du comportement d'achat de chacun, de la démographie de leurs collaborateurs, de leur comportement et de leurs préférences. Les entreprises sont ainsi mieux armées pour comprendre leurs groupes cibles et pour ad-

apter en conséquence leurs stratégies marketing et commerciales.

- **L'acquisition et la fidélisation de la clientèle** : L'utilisation de ce type de données offre aux entreprises l'opportunité de développer des campagnes marketing efficaces et de créer des offres ciblées pour attirer de nouveaux clients et pour fidéliser les clients existants.
- **La prise de décision** : grâce à l'analyse des données clients, les entreprises de prendre des décisions en toute connaissance de cause pour améliorer leurs offres, leurs services et leur stratégie commerciale.

Les données clients ont donc une valeur inestimable pour les entreprises. Elles constituent le socle à partir duquel pourront se développer les offres sur-mesure, une communication optimisée par client, une meilleure compréhension de leurs spécificités, l'acquisition et de la fidélisation des clients et les décisions les meilleures possibles. Les entreprises capables de tirer profit des données clients seront plus compétitives et plus performantes.

Graphax se tient à la disposition des entreprises pour les aider à mettre en place cette gestion intelligente de l'information. L'objectif est donc ici de pouvoir traiter et évaluer à chaque instant l'ensemble des données commerciales, client par client. Dans le cadre de nombreux projets, les spécialistes de Graphax ont mis en place des solutions adéquates pour que les processus commerciaux soient entièrement numériques et automatisés. Laissez-nous vous montrer les possibilités offertes par une gestion intelligente de l'information.

Graphax SA

Rue du Grand-Pré 4
1007 Lausanne

058 551 19 19
romandie@graphax.ch
www.graphax.ch

Graphax SA, dont le siège social est situé à Dietikon, compte huit succursales en Suisse et emploie environ 190 personnes. Grâce à une large gamme de services et à notre équipe d'experts, nous comptons parmi les principaux fournisseurs de technologies innovantes dans les domaines de la gestion de l'information, de la gestion de parc d'imprimantes et des solutions complètes pour le flux de documents numériques et papier sur le marché B2B.