

Belacom



LES TENDANCES MARKETING ÉDITION 2023

Sommaire

01

Qui est Belacom ?

02

Le marketing automation

03

Le SMS marketing

04

L'e-mail marketing

05

Le mobile wallet

06

Le CRM

07

L'hyper personnalisation

Qui est Belacom ?

Belacom est ravi de vous présenter son premier livre-blanc, réalisé en partenariat avec les plus grands éditeurs du marché et plus de 10 ans d'expertise dans le domaine du marketing digital.

Belacom est un fournisseur de solutions de marketing automation de premier plan sur le marché français. Nous sommes un Value Added Reseller (VAR), un concept largement répandu Outre-Manche.

Le modèle VAR est un concept commercial dans lequel un revendeur ajoute de la valeur à un produit ou service avant de le vendre à ses clients. En d'autres termes, un VAR est un intermédiaire qui offre des services supplémentaires. Chez Belacom ces services complémentaires se traduisent par, l'audit et le conseil du choix de la solution, l'intégration, la formation, l'accompagnement de vos équipes et le support technique.

Nous sommes convaincus que notre approche axée sur la valeur ajoutée est un atout majeur pour nos clients. Notre équipe d'experts est à votre disposition pour vous aider à trouver l'outil le plus adapté à vos besoins.

Dans ce livre blanc vous découvrirez quelles sont les tendances marketing à suivre en 2023 ! Que ce soit en emailing, sms, wallet, personnalisation on-site ou recommandations produits... Nos partenaires, tels que ActiveCampaign, Dialog Insight, High Connexion, Klaviyo, Salesforce et Sendinblue ont accepté de nous donner leur point de vue sur les stratégies à adopter cette année.



Nos experts



**Nicolas
Henry**

Senior Account Manager



**Alexandre
Chennevast**

Directeur Service Client



**Louise
Cadart**

Chargée d'études
marketing

Le marketing automation

Le marketing automation est une stratégie qui consiste à automatiser une série de campagnes marketing (e-mail, SMS ou mobile wallet). Cette automatisation est basée sur des scénarios conçus en fonction du comportement et des données récoltées sur un utilisateur (via différentes interactions).

On peut classer dans cette catégorie de campagne marketing, les e-mails de relance ou les e-mails de bienvenue. Mais on pourrait aussi y classer l'automatisation de l'ajout de contacts à votre base de données. De plus, les actions de marketing automation vous aide à améliorer la relation client.

Comment fonctionne le marketing automation ?

Tout d'abord, nous réalisons des campagnes cross-canal, c'est-à-dire qu'on automatise les envois de vos campagnes marketing sur tous vos canaux en fonction du profil utilisateur.

Ensuite, il faut choisir l'audience déterminée grâce aux statistiques de vos campagnes d'automation.

Enfin, vous pouvez collecter une multitude de données grâce à de multiples intégrations comme vos outils de gestion de la relation client.

Le marketing automation en quelques chiffres

3x

plus d'ouverture pour les e-mails automatisés

belacom.fr

76%

de chance d'un retour sur investissement durant la première année d'utilisation

financesonline.com

32%

de leads qualifiés en plus grâce à la segmentation avancée

belacom.fr

Le SMS Marketing

Quelques chiffres

10 M

de SMS envoyés par nos clients en 2021

belacom.fr

98%

de taux d'ouverture moyen dans le SMS marketing

smsmode.com

95%

des SMS marketing sont lus dans les 4 minutes

smsmode.com

Pour quelles entreprises ?

Le SMS marketing s'adresse à tous types d'entreprises, voyons ensemble quelques exemples :

1- Le secteur commercial

Le SMS marketing vous sera utile pour communiquer sur vos offres du moment, mais aussi pour confirmer un achat ou prévenir qu'une commande arrive bientôt.

Il convient à tous les secteurs du commerce que ce soit l'automobile, l'alimentaire, la beauté ou encore le divertissement. Chacun y trouve son bonheur et se démarque grâce à cet outil marketing.

2- Les entreprises publiques

Le SMS marketing peut servir à prévenir votre clientèle sur la prise de rendez-vous ou le suivi d'un dossier par exemple.

3- Le secteur touristique

Si vous travaillez dans le secteur touristique, le SMS marketing peut vous aider à faire connaître vos offres mais aussi du contenu personnalisé pour vos clients comme le rappel d'un vol.

En bref, le SMS marketing convient à tout secteur d'activité et s'ajustent à vos besoins et aux messages que vous souhaitez véhiculer.

info@belacom.fr

Pourquoi l'utiliser ?

Le SMS marketing est idéal pour booster vos ventes ou fidéliser vos clients.

Suivant la solution utilisée, vous retrouverez certaines fonctionnalités comme la possibilité de mettre en place des automatisations.

Le SMS marketing vous permet une communication rapide

Comme nous l'avons vu plus haut, 95% des SMS marketing sont lus dans les 4 minutes, ainsi un message promotionnel est plus susceptible d'être lu qu'un e-mail.

Une fidélisation optimisée

Les SMS marketing participent aussi à votre stratégie de fidélisation. En effet, vous pouvez demander l'avis de vos clients par le biais de sondages ou de questionnaires. Ainsi, le client se sentira important et son lien d'appartenance à votre marque se renforcera.

De faibles coûts pour un ROI élevé

Les campagnes SMS ont un coût très abordable comparé à des contenus print. En général, le coût d'un SMS tourne autour de 10 centimes en fonction de l'opérateur.

Quand l'utiliser ?

L'utilisation du SMS marketing dépend de vos besoins. Vous pouvez l'utiliser lors de moments forts comme les soldes ou Noël ou encore de manière régulière pour du contenu informatif.

Cependant, l'envoi se fait à des moments clés. Dans le cas d'une opération marketing, il est mieux d'envoyer vos messages quelques heures avant l'opération. Ensuite, il est important d'envoyer votre message durant les créneaux où votre cible est plus susceptible d'utiliser son téléphone.

Les solutions

HighCONNEXION

klaviyo

 Dialog
Insight

 salesforce
marketing cloud

 sendinblue

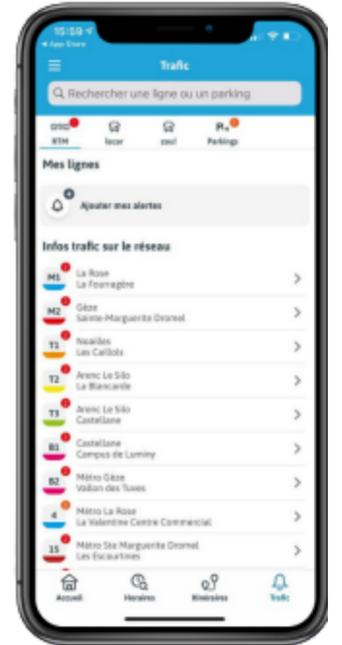
HighCONNEXION

High Connexion fait partie des leaders reconnus en tant que facilitateur avec plus de 10 milliards de SMS envoyés dans le monde. High Connexion propose des campagnes de Push SMS avec plusieurs fonctionnalités que nous verrons plus bas.

High Connexion vous offre la possibilité d'adopter une approche omnicanale, essentielle à votre gestion de la relation client, en intégrant le SMS à vos campagnes de Marketing Automation. Grâce aux SMS vérifiés, protégez vos clients du phishing et dotez-vous d'un service plus sûr et plus fiable. Option de SMS conversationnel de type chatbot pour aller encore plus loin avec ce canal.

Depuis l'interface de High Connexion vous pouvez :

- Créer des SMS Form (formulaires pour vos enquêtes, coupons...),
- Enrichir vos SMS en y ajoutant un lien
- Créer des réponses SMS automatiques
- Envoyer des SMS Zone en géolocalisant vos destinataires
- Générer l'envoi de code par SMS
- Intégrer une vidéo dans votre SMS



SMS Form



Liens



Réponse automatique



Géo-localisation



Envois de codes



Envois de vidéos

klaviyo



Klaviyo est un outil ultra-connecté. Belacom est l'un des premiers intégrateurs français à avoir référencé Klaviyo dans son portefeuille de solutions. Klaviyo est une plateforme d'automatisation marketing comprenant le SMS marketing. Vos audiences sont passées au peigne fin grâce à son outil d'analyse et de segmentation très puissant.

Avec Klaviyo, vous pouvez :

- Créer des SMS facilement grâce à l'éditeur de texte,
- Personnaliser vos messages en fonction des données du profil client
- Suivez les performances de votre campagne avec les clics, les commandes et les revenus générés
- Créer des envois SMS et MMS déclenchés par les comportements et les préférences de chaque acheteur, comme la navigation, l'abandon du panier, l'historique des commandes...



Dialog Insight est une plateforme pour exploiter toute la richesse de vos données afin de délivrer des campagnes personnalisées et obtenir un retour sur vos investissements.

Dialog Insight vous permet de :

- L'envoi manuel ou en différé à l'aide d'API et d'automatisation
- Mise en place de scénarios de réponses automatiques
- Ajout des SMS dans votre marketing automatisé
- L'ajout de liens URL personnalisée



Sendinblue propose plusieurs fonctionnalités pour vous aider à mieux communiquer, engager et convertir grâce à une plateforme marketing tout-en-un.

Avec Sendinblue, vous pouvez :

- Automatiser les envois SMS
- Analyser l'ensemble de vos campagnes grâce aux statistiques en temps réel et faites des A/B tests de toutes vos idées.
- Grâce à l'API Sendinblue, intégrez toutes les fonctionnalités de la plateforme dans vos outils quotidiens.



marketing cloud

Quels sont les points forts du SMS marketing ?

- Alertes
- Interactions avec les événements
- Messagerie événementielle
- Promotions en magasin
- Opt-ins pour le marketing mobile
- Interaction personnelle

info@belacom.fr

Et en 2023 ?

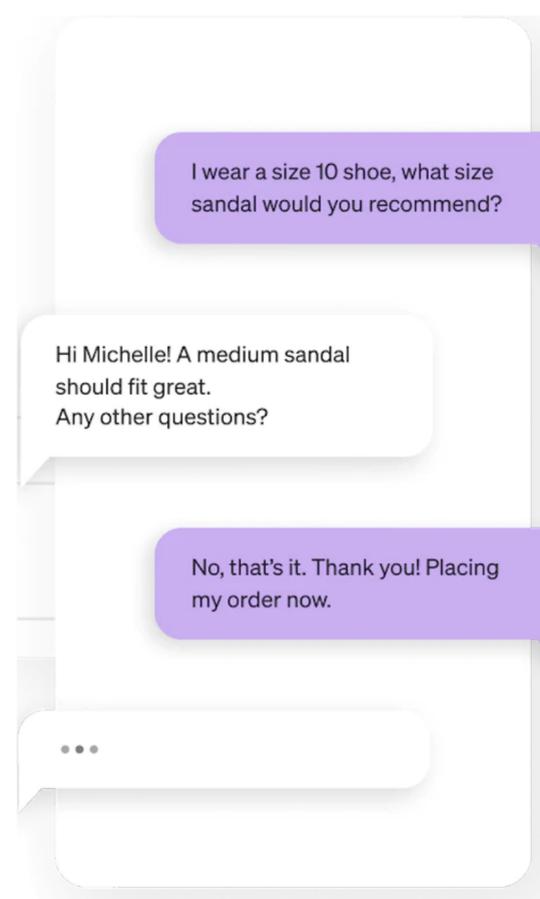
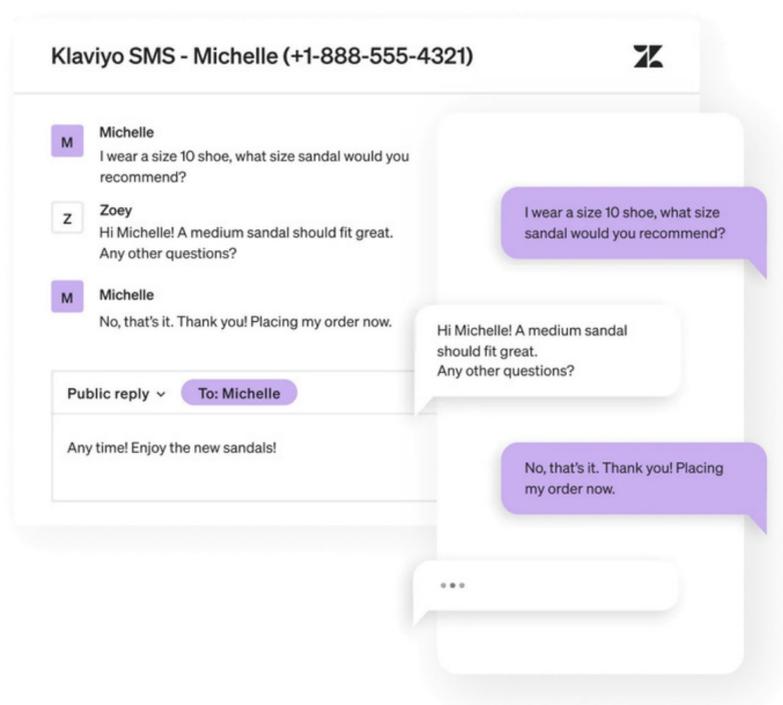
Le SMS enrichi

C'est un excellent moyen pour capter l'attention de vos auditeurs. Il suffit d'enrichir votre SMS avec un lien comme un lien vers votre site ou bien une vidéo ou un formulaire.



Offrir un service client par SMS

Nous pensons que c'est la plus grande tendance de 2023 ! Offrir un service client par SMS n'oblige pas le client à rester sur la page et à rafraîchir. De plus, le client aura directement une notification sur son téléphone dès la réponse.



Le classique qui fonctionne toujours : le SMS promotionnel

Comme nous l'avons vu, le SMS marketing obtient d'incroyable taux d'ouverture, c'est pourquoi il ne faut pas le négliger et continuer de faire la promotion de vos produits et services par ce biais.

2 scénarios **ROIstes** de SMS Marketing

SMS web to store

Partagez une offre promotionnelle pour créer du trafic en magasin.

SMS enrichi

Créez des jeux-concours pour augmenter l'engagement de vos clients et augmenter leur fidélité.

Scénario de notification

Confirmation de commande/livraison : ce SMS est plutôt à but informatif pour le client. Ce SMS prévient votre client de l'avancée de sa commande.



info@belacom.fr

E-mail marketing

Quelques chiffres

322 M

d'e-mails sont envoyés
chaque jour en 2022

Leadfox.co

77%

des marketers B2B ont
constaté une augmentation
de l'engagement par e-mail au
cours des 12 derniers mois.

Hubspot 2021

4 M

de personnes utilisent
quotidiennement l'e-mail

Hubspot 2021

Pour quelles entreprises ?

L'e-mail marketing s'adresse à tous types d'entreprises, voyons ensemble quelques exemples :

Secteurs d'activité :

Services B2B, ressources humaines, finance, conseil

Marketing, pub, communication, agences

Médias et événementiel

Immobilier, btp, industrie

Éducation, formation

Taux d'ouverture moyen :

22,22%

21,33%

22,75%

23,59%

25,06%

source :Plezi

Quand l'utiliser ?

Toute l'année ! Vos e-mails marketing peuvent avoir différents objectifs et donc être envoyés à tout moment selon votre stratégie marketing.

Vous pouvez créer des e-mails informationnels, des e-mails de suivis de commande, des newsletters ou encore des e-mails promotionnels. Il n'y a donc pas de moments dédiés à l'e-mailing, c'est à vous de l'adapter à votre activité.

Les solutions

ActiveCampaign >

ActiveCampaign vous offre :

- La possibilité de déclencher les e-mailings en fonction de l'achat, les visites de site ou l'engagement.
- La possibilité d'envoyer des e-mails ciblés



Dialog Insight vous propose de :

- Personnaliser vos campagnes en fonction du profil et du comportement de vos clients
- Intégrer du contenu dynamique à vos campagnes marketing : (recommandations de produits, liste des derniers achats effectués) en corrélation avec les données e-commerce



D-engage est idéal si vous souhaitez :

- Optimiser votre délivrabilité
- Une totale personnalisation de l'e-mail en y ajoutant des éléments dynamiques



Kiliba vous permet d'accéder à :

- Des templates emails automatiques
- Des scénarios de marketing automation
- Segmentation client

klaviyo

Klaviyo vous offre :

- Une interface de conception e-mailing de type "glisser-déposer" intuitive
- L'ultra-personnalisation des e-mails grâce à l'outil de marketing automation



Sendinblue vous propose :

- Une plateforme de design intuitive de type "glisser-déposer"
- Une totale personnalisation de l'e-mail en y ajoutant des éléments dynamiques



marketing cloud

Salesforce est la solution la plus complète, elle vous propose :

- L'utilisation de segmentation par "glisser-déposer"
- Une totale personnalisation de l'e-mail en y ajoutant des éléments dynamiques

info@belacom.fr

Et en 2023 ?

Hyper-personnalisation d'e-mail

Avec de l'expérience, les marketers ont conclu que la meilleure des manières d'augmenter ses revenus et le trafic vers son site est de complètement personnaliser l'expérience client.

Le manque de personnalisation peut entraîner la dégradation de votre base de données.

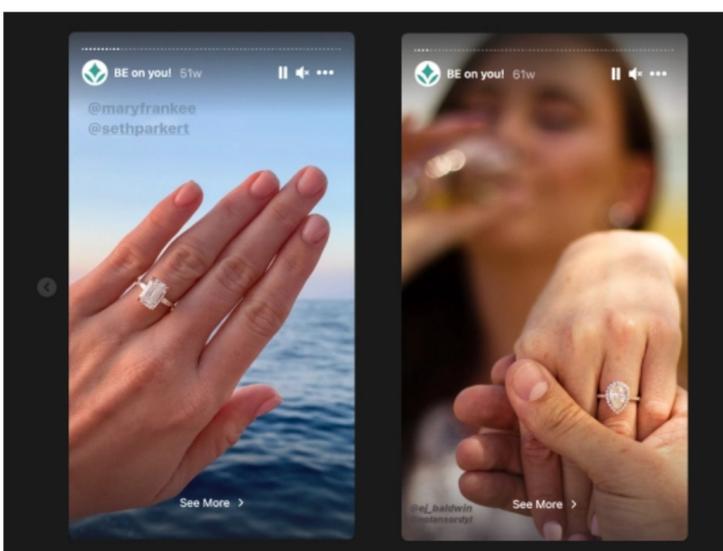
E-mail interactif

En 2023, les e-mails interactifs vont améliorer le taux d'engagement. Nous avons pu voir défiler quelques e-mails interactifs dans notre boîte mail en 2022, mais en 2023, les e-mails interactifs vont améliorer l'expérience client et pousser les lecteurs à compléter les actions sans quitter l'e-mail.

UGC : User Generated Content

L'UGC a pris une ampleur incroyable en 2022 et va continuer son essor en 2023. L'UGC est le contenu généré par les utilisateurs (cela peut être une vidéo, une photo ou un simple avis). Vous pouvez l'utiliser pour vos e-mailings. L'UGC améliore le taux de conversion. En effet, selon Shift4Shop, 82% des consommateurs que les retours faits grâce aux contenus générés par les utilisateurs est d'une grande valeur. Ainsi, utiliser ce contenu dans vos e-mails peut améliorer votre taux de conversion et votre taux de clic.

Voici différents exemples de contenus UGC utilisés par les marques :



3 scénarios d'e-mail marketing ROIstes

Le plus connu : le panier abandonné

Ce scénario est à mettre en place lorsqu'un visiteur de votre site met un article dans son panier puis ne l'achète pas. Il se peut que le visiteur soit allé jusqu'au paiement, mais qu'il décide finalement de ne pas réaliser d'achat. On utilise alors ce scénario pour lui rappeler qu'il a oublié de valider son panier et il est possible d'ajouter une offre dans l'e-mail pour le pousser à l'achat.

L'e-mail de bienvenue

Cet e-mail est envoyé lorsqu'un visiteur a montré de l'intérêt pour votre contenu/offre en s'inscrivant, par exemple, à votre newsletter. Il est alors important de faire bonne impression auprès de lui, car la première impression est importante. Dans cet e-mail, vous pouvez lui souhaiter la bienvenue, présenter votre marque ou votre offre et ajouter un call to action vers votre site.

L'e-mail promotionnel

Vous pouvez utiliser ce scénario pour mettre en avant vos produits et services. Ici, il est important d'écrire un court message, mais percutant. Ajoutez-y des éléments visuels attrayants et créez un sentiment de nécessité auprès du destinataire ainsi qu'un call to action.

ASPHALTE®

**TOUTE PRÉCOMMANDE
A UNE FIN.**

Votre commande n'a pas été prise en compte.

Si on vous envoie cet email, c'est simplement parce que les stocks et les quantités disponibles à la préco partent assez vite et ne sont disponibles que quelques jours ou semaines.

Alors si vous souhaitez passer commande, votre panier vous attend. Si vous avez une question, on est là. Et sinon, pas de souci.

C'EST PARTI

Votre panier (1) :



Le Sweatshirt Parfait
Bleu marine / XS

59.0€

[Voir le produit >](#)

J'Y RETOURNE

Tous les retours et échanges sont gratuits.

ASPHALTE®



Exemple d'e-mail de bienvenue

Mobile wallet – notification push

Quelques chiffres

40%

moins cher que le SMS

80%

C'est le taux de rétention des cartes de fidélité et autres supports installés dans les wallet

85%

Jusqu'à 85% des tickets installés sur les wallet sont conservés sur les appareils mobiles et ne sont jamais supprimés.



Pour quelles entreprises ?

Pour les entreprises qui souhaitent :

- Fidéliser
- Réactiver des contacts
- Digitaliser leurs supports
- Créer du trafic vers les points de vente et le site web
- Faire l'acquisition de nouveaux clients
- Améliorer l'expérience client

Quand l'utiliser ?

À adapter à vos besoins ! Il n'y a pas de moments précis pour utiliser le mobile wallet.

Les solutions

Captain Wallet

Captain Wallet vous permet :

- La dématérialisation de vos supports marketing
- Push notifications
- Simplifier l'expérience client en ligne et en point de vente
- Créer du drive-to-store



HighCONNEXION

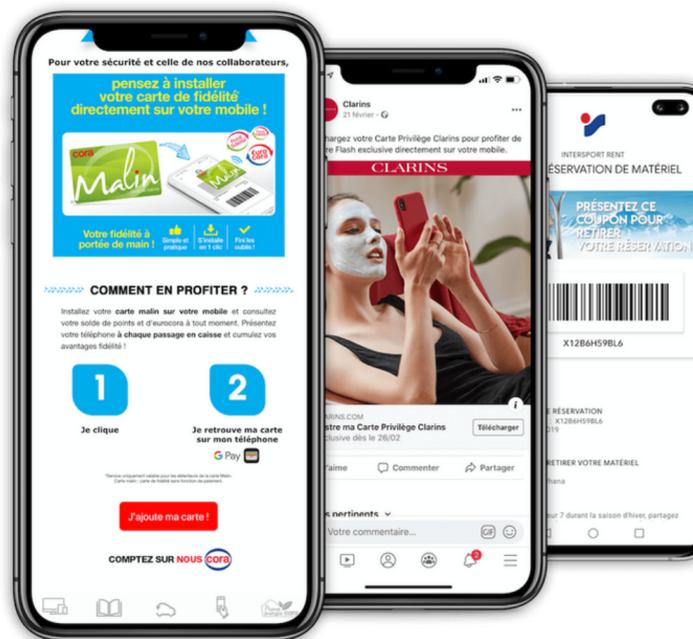
High Connexion, vous pouvez :

- Accéder à la gestion des canaux de diffusions, des éditeurs et des pass créés
- Accéder au reporting des campagnes par canaux
- Accéder à l'export de requêtes avec l'ensemble des données collectées

Et en 2023 ?

Sa popularité ne cessera d'augmenter !

La digitalisation du mobile wallet continuera à évoluer en 2023. Alors qu'il était inconcevable de sortir sans son portefeuille, il est maintenant possible de retrouver tous les éléments de son portefeuille dans son téléphone. Il est temps de digitaliser vos supports marketing !



3 exemples d'utilisation du mobile wallet

Fidélisation client

Vous pouvez fidéliser vos clients en proposant une version dématérialisée de votre carte de fidélité. Cela facilitera l'accès à votre programme, vous permettra de communiquer en temps réel sur les avantages clients et vous permet d'envoyer des messages personnalisés.

Envois de notification

Les canaux traditionnels de communication sont de plus en plus saturés. Le wallet vous assure une transmission du message sous forme de notifications, le wallet a alors une plus grande attention de la part des lecteurs. Il rassemble toutes les interactions avec les marques ainsi que les informations que vos clients recherche.

Trafic de votre site web

Avec le mobile wallet, vous pouvez générer du trafic vers votre site web en relayant des offres exclusives. Vous pouvez aussi insérer des pages produits sur votre carte wallet.

Le CRM Data

Le CRM ou Customer Relationship Management est un outil de gestion et d'analyse des différentes interactions d'un client avec une entreprise. Il permet de réunir les informations majeures qui pourront permettre d'améliorer les services et la satisfaction client. Ces informations peuvent être collectées à partir des différents canaux de contact dont dispose l'entreprise concernée.

Un CRM agit principalement sur les domaines marketing et commercial et sur le service client. Il offre la possibilité de coordonner le travail entre les équipes marketing et commerciale et traque les performances autour de ces différentes actions « opérationnelles ». Il est important de savoir choisir son CRM afin d'obtenir des résultats concrets.

Les avantages du CRM

- **Centraliser vos données relatives aux interactions globales avec clients et prospects** : le CRM facilite l'accès aux informations
- **Gérer votre relation client** : vous pouvez rapidement voir l'historique d'achat de votre client ou encore le motif de son dernier achat
- **Avoir de la visibilité sur l'historique client** :
- **Création de dashboards/rapports liés à votre activité commerciale**

Comment bien choisir son CRM ?

Gratuit ou payant ? Difficile d'investir une somme importante dans un CRM quand on a un budget serré, mais il faut savoir qu'un CRM est un investissement stratégique qui paiera à long terme, autant pour l'organisation du travail de ses équipes que pour l'organisation de son service.

Différentes fonctions sont disponibles suivant les CRM. Par exemple, vous aurez des logiciels de CRM avec une gestion des documents de vente (facture, devis, etc.), une plateforme téléphonique intégrée, un système de lead scoring ou encore avec des intégrations de type WordPress, Mailchimp ou Drupal.

Le point le plus important à retenir dans le choix de son CRM reste l'objectif de votre entreprise. Si cet objectif est de privilégier la prospection commerciale, la vente de vos produits ou services, optez pour une solution qui vous appuiera dans votre stratégie. Il faut également noter qu'un CRM évolue en fonction des besoins d'une entreprise, la solution qu'il vous faut doit être évolutive et doit vous accompagner dans votre croissance.

Les solutions



Avec Dialog Insight, vous pouvez :

- Créer des formulaires web
- Attribuer un lead scoring à vos clients et prospects
- Envoyer des notifications push
- Créer des rapports automatisés
- Créer une segmentation avancée
- Suivre le comportement de vos clients et prospects



D-engage, vous permet :

- Créer des formulaires web
- Attribuer un lead scoring à vos clients et prospects
- Envoyer des notifications push
- Créer des rapports automatisés
- Créer une segmentation avancée
- Suivre le comportement de vos clients et prospects



marketing cloud

Salesforce vous permet :

- D'analyser les performances
- La création et l'envoi d'e-mails
- La gestion avancée des contacts
- La gestion des ventes et des performances
- La création de parcours clients personnalisés

ActiveCampaign >

Avec ActiveCampaign vous pouvez:

- Cibler précisément vos destinataires pour trouver les bons prospects
- Faire de la personnalisation web
- Créer des formulaires web
- Faire du lead scoring

Et en 2023 ?

info@belacom.fr

L'intelligence artificielle

En 2023, les éditeurs de logiciels ne cesseront d'améliorer les plateformes pour répondre au besoin des clients. Selon Forbes, il est fort probable que l'intelligence artificielle intègre ce genre de solutions. On pourra alors retrouver l'IA dans la partie "lead management" en proposant les préférences des utilisateurs par exemple.

Le marketing automation

En 2023, le marketing automation continuera de prendre une place importante dans les entreprises car il permet une croissance des ventes.

Croissance des CRM

De plus en plus d'entreprises utilisent des logiciels de CRM pour atteindre leurs objectifs. En effet, en 2022, 91% des entreprises de dix employés ou plus utilisent un CRM. Les entreprises prennent conscience que le marketing automation n'est pas réservé qu'aux grandes entreprises.

3 exemples d'utilisations de CRM

Identifier les opportunités

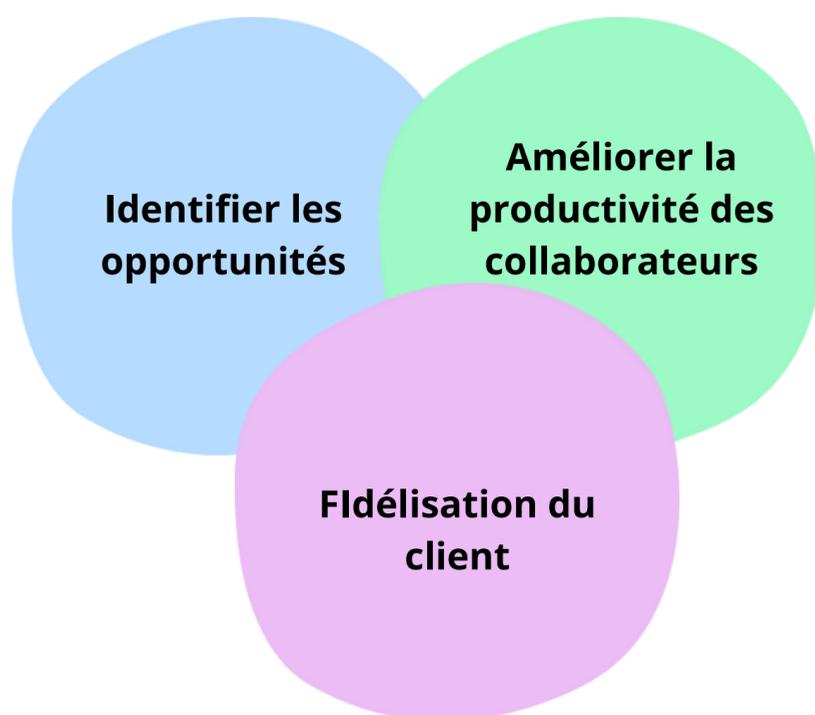
Grâce à un CRM, vous apprenez à mieux connaître vos clients. En effet, en remplissant à chaque fois les informations d'un client, vous apprenez à le connaître et donc vous pouvez plus facilement adapter votre communication et saisir des opportunités.

Améliorer la productivité des collaborateurs

Le CRM vous fait gagner du temps, il permettra à vos commerciaux de gérer tous les contacts, leur agenda et d'automatiser les tâches les plus répétitives.

Fidélisation du client

En utilisant un CRM, vous pouvez personnaliser la relation client et donc améliorer sa fidélisation. Vous pouvez améliorer les e-mailings en lui proposant des contenus qui l'intéressent ou avoir une approche commerciale personnalisée en ayant toutes les données de vos clients.



La personnalisation on-site

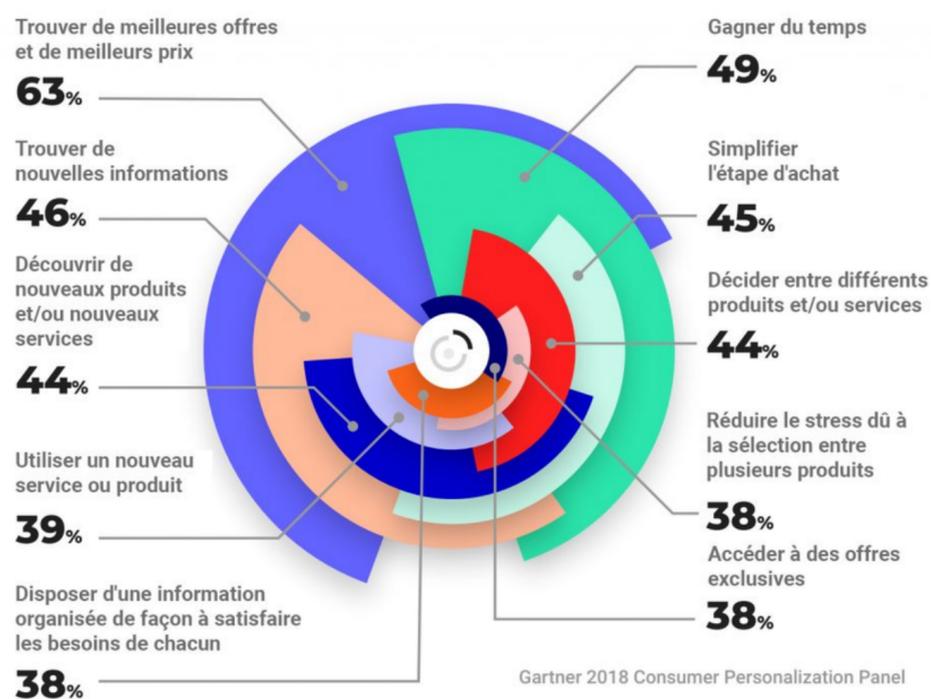
C'est quoi ?

La personnalisation est le processus d'adaptation des pages de votre site selon les besoins d'un utilisateur. C'est une façon de répondre aux besoins du client plus efficacement, ce qui améliore l'expérience client et permet d'obtenir de meilleurs résultats.

Pourquoi l'utiliser?

- La personnalisation on-site améliore les taux de conversion. Selon une étude du Boston Consulting Group, 40 % des clients dépensent plus que prévu lorsqu'ils visitent des sites web personnalisés. Leurs achats augmentent de 10% que sur un site ne proposant pas de personnalisation. Les ventes sont à la hausse, car en personnalisant votre site, vous avez toute l'attention du visiteur ! En moyenne, les entreprises usant de cette stratégie ont vu leurs ventes augmenter de 19%.
- La personnalisation humanise votre marque et crée un sentiment d'appartenance chez vos clients. Le client vous accordera alors de la confiance et de la fidélité.

L'étude menée par le cabinet Gartner nous montre les raisons pour lesquelles les consommateurs souhaitent que les enseignes proposent une approche personnalisée :



Les solutions



marketing cloud

Salesforce vous permet de :

- Contrôler les algorithmes de personnalisation
- Reconnaître vos clients
- Comparer et optimiser les expériences
- Segmenter votre audience



Avec Nuukik, vous pouvez :

- Recommander des produits aux visiteurs
- Piloter les algorithmes
- Segmenter votre audience



Dengage vous propose :

- De personnaliser tous types de contenus (e-mail, pages web, SMS)
- De créer des rapports et analyses
- Segmenter votre audience



Dialog Insight vous permet :

- L'envoi de recommandations produits
- L'envoi de listes des derniers achats effectués
- La relance panier abandonné

Et en 2023 ?

Expérience client personnalisée sur mobile

Après la personnalisation web, il est temps de pousser la personnalisation SMS. La personnalisation pourrait aussi intégrer les applications mobiles pour améliorer l'expérience client. L'importance de personnaliser les applications mobiles vient de la hausse du m-commerce qui ne cesse d'augmenter.

Personnaliser des parcours clients plus longs

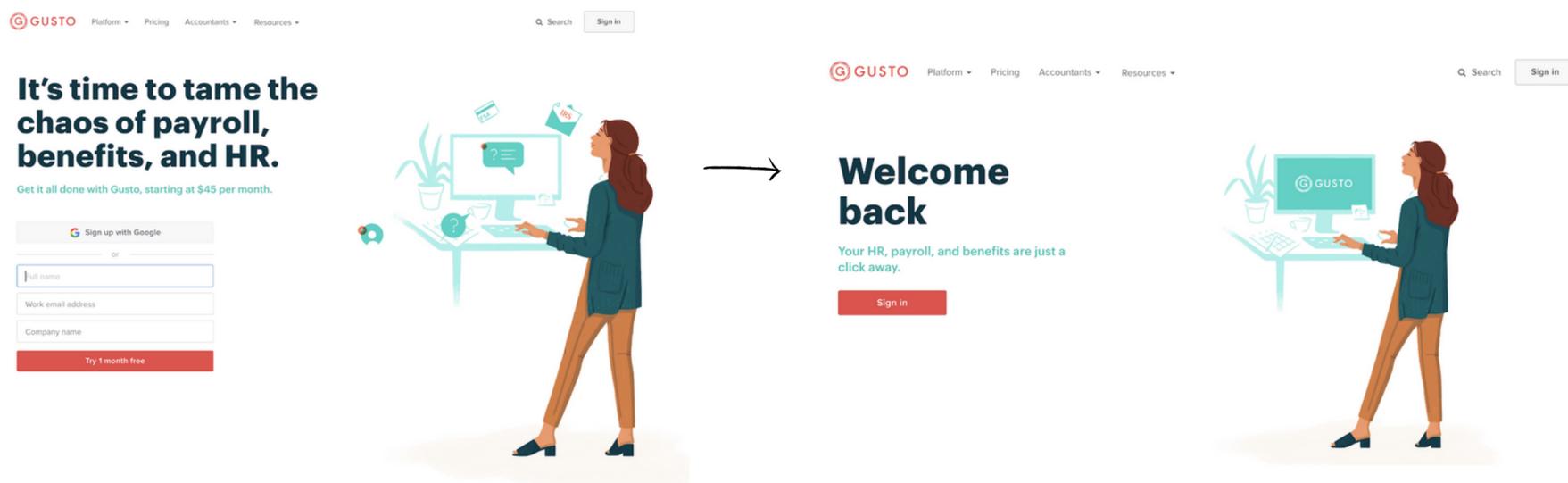
Puisque la personnalisation web a de plus en plus d'importance, les marketeurs commenceront à personnaliser des parcours clients plus longs plutôt que de personnaliser seulement certaines pages.

info@belacom.fr

3 exemples de personnalisation on-site à mettre en place

Personnalisation de bienvenue

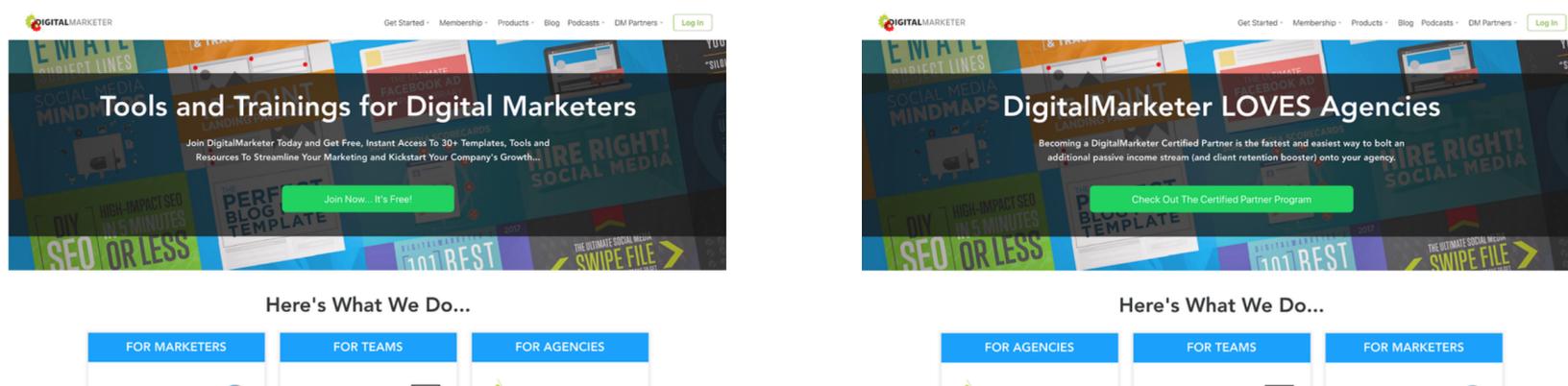
Vous pouvez guider le visiteur dès son arrivée sur le site. Pour cela, mettez en place des pop-up qui s'affiche tout au long de la visite pour montrer le fonctionnement ou bien, comme dans l'exemple ci-dessous, préparez deux homepages différentes : une pour la première visite et une pour les personnes utilisant régulièrement le site.



L'indémoudable : la recommandation produits

Lorsqu'un visiteur passe sur votre site, les algorithmes agrègent l'ensemble des données collectées en temps réel (l'ensemble des achats omnicanaux, les interactions sur un site e-commerce, les produits mis au panier). En agrégeant l'ensemble des données disponibles, la solution apprend et adapte les résultats des produits affichés pour chaque visiteur.

Dans cet exemple, ce site affiche une interface différente selon l'industrie du visiteur.



Personnaliser en fonction de la situation géographique

Personnalisez l'expérience client en fonction de leur localisation pour leur proposer des offres adaptées à leur contexte de vie.

info@belacom.fr

Hors série : le plus de Dialog Insight

Maximisez votre ROI en prolongeant la personnalisation sur tous vos canaux de communication.

1. Gagner en efficacité

Planifiez et automatisez vos scénarios en déclenchant vos envois automatiquement selon les actions de vos contacts

- Ouverture de compte : Welcome pack personnalisé selon les préférences
- Article mis au panier : Relance panier abandonné
- Validation d'une commande : Suivi de livraison
- Opportunités de Cross/Upsell : recommandations produits basées sur les derniers achats

2. Proposer des contenus pertinents

Augmentez l'engagement de vos contacts. Appuyez-vous sur vos données clients pour répondre efficacement à leurs attentes et proposez des messages personnalisés grâce à leurs :

- Préférences de consommation
- Données démographiques
- Étape sur le parcours client

3. Penser omnicanal

Combinez tous vos canaux (Email, SMS, Push notification...) dans un même scénario pour accroître votre impact marketing. Adaptez le rythme de vos communications automatiquement et ne fatiguez plus vos contacts en utilisant un outil de gestion de la pression commerciale.

4. Adopter une approche « Test & Learn »

Trouvez LA bonne combinaison : A/B testez tous les éléments de vos messages et scénarios pour améliorer vos performances. En période d'incertitude économique, privilégiez l'optimisation continue pour assurer la rentabilité de vos actions marketing.

info@belacom.fr

En conclusion

Pourquoi Belacom est qualifié pour mener vos projets de marketing automation au succès ?
Chez Belacom, tous nos collaborateurs sont experts en marketing et connaissent les solutions proposées.
La méthode Belacom vous permet une optimisation optimale de votre outil pour un marketing réussi !
Nous auditons le marché toute l'année à la recherche des meilleures solutions, ensuite, nous intégrons l'outil dans votre écosystème.

Formation

- Formation sur l'outil
- Montée en compétence et en autonomie sur l'utilisation de l'outil
- Les bonnes pratiques de l'e-mail marketing et du marketing automation
- Certification Qualiopi



Accompagnement personnalisé

- Identifier, comprendre et analyser les besoins
- Proposer une stratégie marketing pertinente et en adéquation avec vos besoins
- Reporting et suivi des KPIs



Support technique

- Une première réponse dans l'heure
- Des experts de la solution
- Des réponses adaptées et personnalisées



info@belacom.fr