

salesforce

Le guide du marketing à l'ère du client

Dynamisez votre marketing avec le
premier CRM qui intègre l'IA pour offrir
des parcours clients personnalisés



Sommaire

Contenu	3
Chapitre 1 : L'ère du client	4
Chapitre 2 : Qu'est-ce que Salesforce pour le marketing ?	6
Chapitre 3 : Gestion de parcours client	8
Chapitre 4 : Publicité	9
Chapitre 5 : Commerciaux	10
Chapitre 6 : Commerce numérique	11
Chapitre 7 : Messages électroniques	13
Chapitre 8 : Messages mobiles	14
Chapitre 9 : Applications client mobiles	15
Chapitre 10 : Applications des employés pour la productivité et la collaboration	16
Chapitre 11 : Applications des employés pour l'analyse et le renseignement	17
Chapitre 12 : Produits connectés	18
Chapitre 13 : Réseaux sociaux	20
Chapitre 14 : Communautés	22
Chapitre 15 : Service client	23
Récapitulatif	25



Contenu

Un marketing efficace place le client au coeur de toute expérience et interaction avec une entreprise – à travers ses produits, ses équipes commerciales et ses processus de service. Des marques comme Uber, Amazon et Fitbit y parviennent en proposant des parcours client personnalisés.

Au fil des pages de cet e-book, nous aborderons les points suivants :

- Le marketing à l'ère du client
- Une introduction à Salesforce pour le marketing
- Des témoignages clients et caractéristiques des produits

Notre objectif est de vous aider à guider vos clients tout au long du parcours en prenant en compte tous les aspects de leur métier. C'est ce qui fait de nous le CRM le plus intelligent pour des parcours client personnalisés.

C'est cela, Salesforce pour le marketing.



L'ère du client

Aujourd'hui, vos clients attendent une relation personnalisée avec votre marque. Quatre progrès révolutionnaires ont conduit à des transitions dans la technologie du marketing :

Cloud Computing

Les responsables marketing peuvent créer et gérer des campagnes plus rapidement sans dépendre d'une infrastructure, d'un modèle informatique ou de technologies, souvent dépassées.

Capacités mobiles

Les messages marketing mobiles, les alertes mobiles et les applications aident les responsables marketing à créer des expériences client connectées, à favoriser la personnalisation et à améliorer les campagnes transversales.

Réseaux sociaux

Grâce aux réseaux sociaux basés sur l'identité de l'utilisateur les spécialistes du marketing peuvent collecter des données sociales et les utiliser pour générer des publicités, des recommandations et améliorer le service client – en plus de susciter des abonnements par e-mail et des téléchargements d'applications.

Intelligence artificielle

L'IA peut aider à automatiser le marketing, à recommander le prochain produit ou la prochaine offre incontournable et à collecter des renseignements sur les métriques trafic, ventes, service et marketing dans la foulée.

+ 46

nombre de fois qu'une personne consulte en moyenne son téléphone par jour ¹

¹ Analyse du sondage Deloitte sur les utilisateurs mobiles dans le monde : édition US

44 %

des cadres dirigeants estiment que le plus grand avantage de l'IA sont les « communications automatiques qui fournissent des informations aidant à prendre des décisions. » ²

² Rapport de recherche « https://www.narrativescience.com/filebin/images/Landing_Page/2015_State_of_AI_and_Big_Data_in_the_Enterprise.pdf » (L'intelligence artificielle et le big data dans l'entreprise en 2015) par Narrative Science.



Les défis marketing d'aujourd'hui



Le marketing à l'ère du client se heurte à cinq défis majeurs

Données et départements isolés

De nombreuses entreprises sont encore organisées en silos et gèrent leurs données, budgets et logiciels de manière désynchronisée. Cela rend la collaboration – et la création d'une vue unifiée de chaque client – difficile.

Expériences déconnectées tout au long du cycle de vie du client

Les clients attendent une relation personnalisée avec les marques, que ce soit au moment de leur découverte d'un produit, qu'ils en soient des défenseurs de longue date ou qu'ils se situent quelque part entre les deux.

Canaux déconnectés

La coordination de contenus et de campagnes à travers différents canaux peut prendre énormément de temps et de ressources. Par ailleurs, pour élaborer un engagement personnalisé, les spécialistes du marketing ont besoin du portrait complet du comportement d'un client au travers de tous les canaux, pas sur un seul.

Outils et analyse marketing disparates

À une époque où le monde génère plus de données que jamais, les spécialistes du marketing ont besoin d'outils intégrés pour organiser ces données – et être plus rapides, efficaces et prédictifs avec leur marketing.

Maintenance de la sécurité, de l'échelle et de la disponibilité

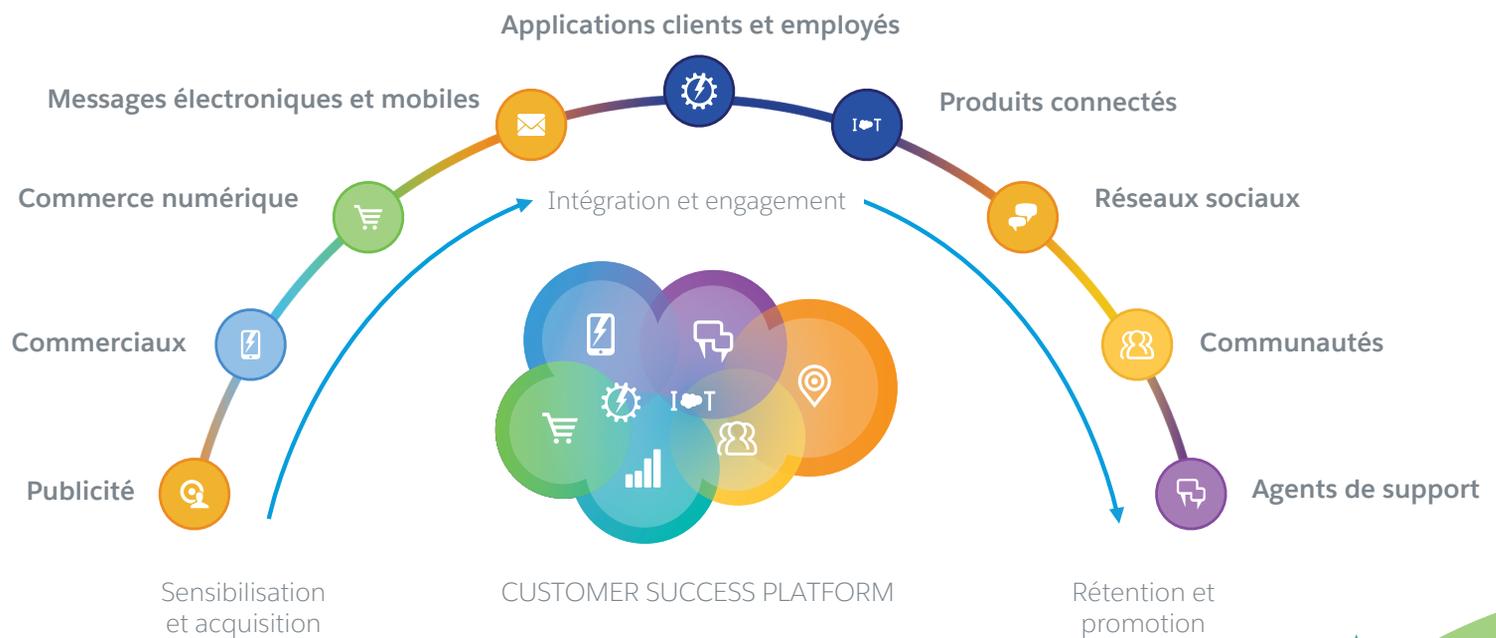
Certains spécialistes du marketing sont dépendants d'une technologie datée, ce qui ne facilite pas la sécurité des données, et ce qui n'incite pas les clients à partager les leurs. De plus, ces spécialistes doivent pouvoir accéder à ces données n'importe où et à chaque instant.

Il existe une solution pour chaque défi posé dans ce chapitre :



Qu'est-ce que Salesforce pour le marketing ?

La Customer Success Platform de Salesforce est le seul ensemble d'outils complet et intégré qui permette aux spécialistes du marketing de travailler de manière transversale sur les ventes, le service, la communauté, les outils d'analyse, les applications, l'Internet des objets et le commerce. Créez des expériences client unique à chaque point de contact avec votre marque, y compris les interactions avec le marketing, les ventes et le service.



Présentation de la Customer Success Platform

Salesforce pour le marketing repose sur trois aspects importants d'une stratégie marketing personnalisée :

Gestion du parcours

Écouter, connecter, automatiser et analyser le parcours de chaque client à l'échelle. Maximiser l'engagement afin d'engendrer des revenus et du retour sur investissement.

Intelligence artificielle

Prédire le meilleur auditoire, contenu, canal et heure d'envoi pour chaque interaction client et recommander la meilleure offre, automatiquement.

Gestion des données

Capturer les données de n'importe quelle source et de n'importe quel appareil. Identifier, segmenter et activer vos auditoires et obtenir un profil de données plus complet de chaque client.



Au cours des prochains chapitres, nous présenterons chaque solution Salesforce que les responsables marketing peuvent utiliser pour accompagner leurs clients, de la sensibilisation à l'adhésion. Chaque situation sera illustrée par un témoignage réel de client.



GESTION DE PARCOURS CLIENT

Élaborer des parcours client personnalisés

Personnalisez chaque interaction sur les différents canaux numériques – ainsi qu'avec vos employés et produits. Voici comment :

Soyez à l'écoute de vos clients à chaque point de contact avec votre marque.

Les responsables marketing peuvent aller à la rencontre de leurs clients où qu'ils se trouvent en anticipant et en réagissant aux événements à mesure qu'ils se produisent.

Créez le lien au fil d'une seule et même expérience fluide

Intégrez, engagez, réengagez, vendez et assistez en alignant votre stratégie sur le marketing, les ventes et le service.

Automatisez les interactions personnalisées.

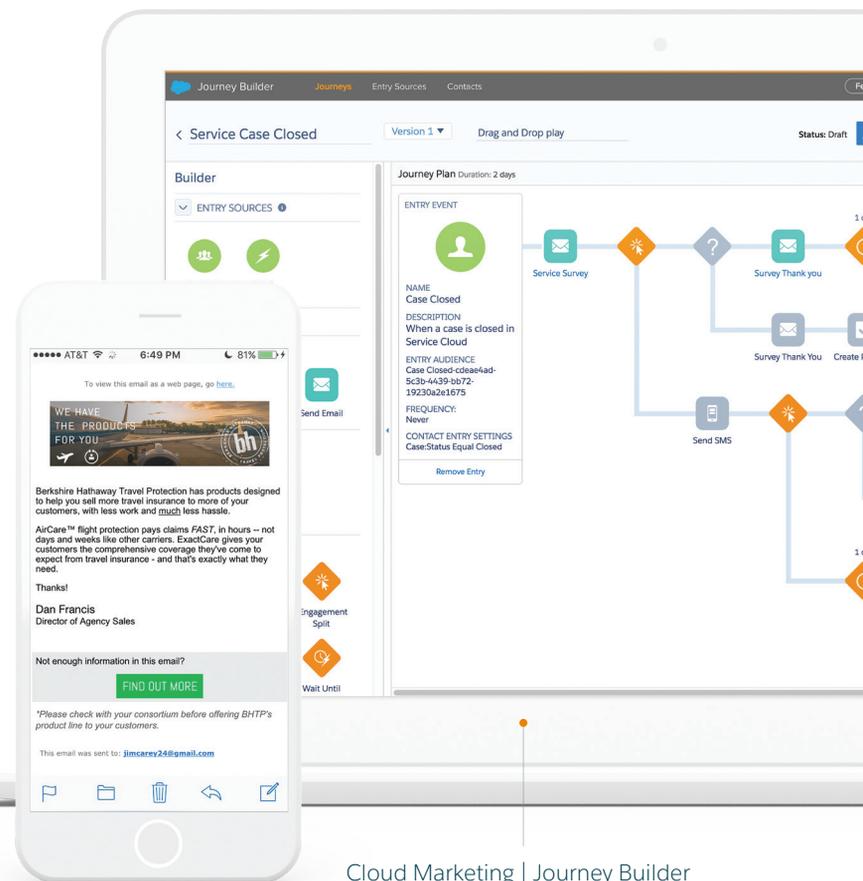
Définissez votre stratégie une fois pour toutes, puis offrez un parcours client unique pour chaque client, à grande échelle. Consacrez vous au développement de votre activité.

Analysez et optimisez au fur et à mesure.

Restez agile dans votre marketing en comprenant ce qui marche et ce qui ne marche pas. Changez rapidement de cap au besoin et optimisez vos résultats à mesure que les clients évoluent.

En savoir plus sur Journey Builder

[POUR SUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)



Cloud Marketing | Journey Builder

PUBLICITÉ

Créer des publicités qui incitent à agir

Poussez à la sensibilisation et à l'acquisition. Voici comment :

Capturez, unifiez et activez vos données client.

Recueillez des données en provenance de plusieurs sources, y compris CRM, et stockez-les toutes en sécurité dans un seul et même endroit. Construisez une vue plus complète de chaque client et ciblez mieux vos publicités numériques.

Alignez vos campagnes publicitaires sur d'autres canaux.

Utilisez Journey Builder pour connecter la publicité au reste de l'activité, de la stratégie marketing à la vente.

Gérez les campagnes sur les différents canaux de promotion numériques.

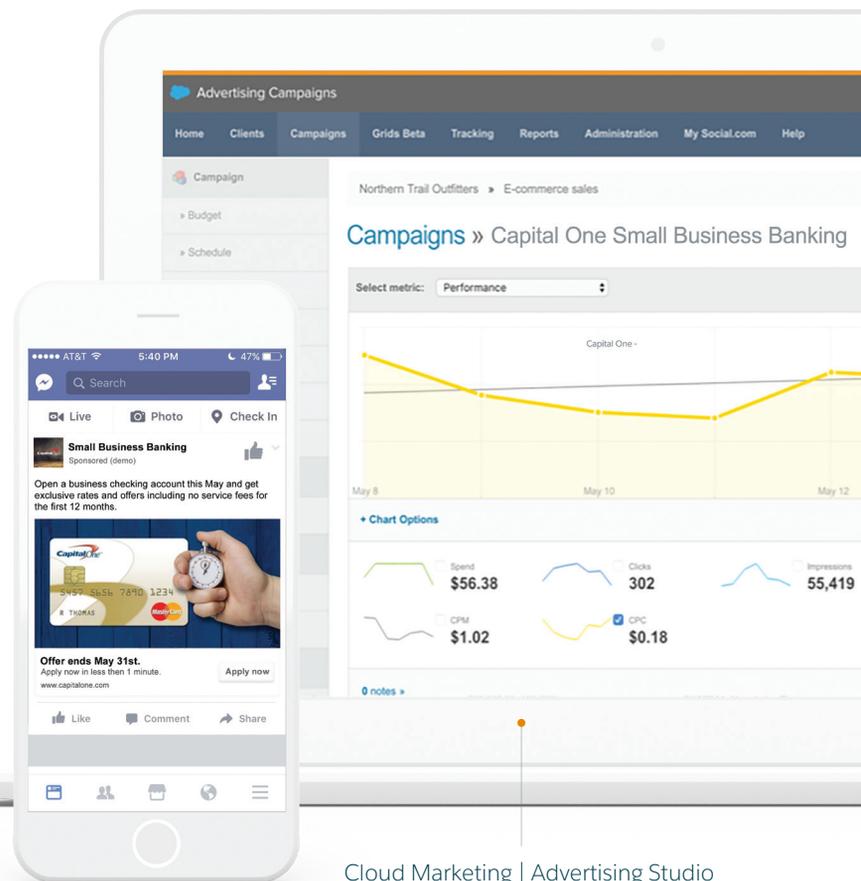
Dirigez des campagnes publicitaires sophistiquées en recherche et affichage, ainsi que sur les réseaux sociaux.

Embarquez vos prospects directement depuis Facebook.

Intégrez-vous au réseau social le plus populaire du monde pour dénicher des prospects et les insérer directement dans la Customer Success Platform.

En savoir plus sur Advertising Studio.

[POUR SUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)



Cloud Marketing | Advertising Studio

COMMERCIAUX

Créer du marketing qui plaît à vos équipes commerciales

Aidez vos commerciaux à conclure des affaires.
Voici comment :

Développez un pipeline à l'aide de prospects de qualité.

Salesforce peut vous aider à noter vos clients en fonction de la manière avec laquelle ils interagissent avec le contenu, et les confier aux équipes commerciales au niveau d'avancée du cycle de vente où ils sont le plus susceptibles d'acheter.

Accélérer le cycle de vente grâce à la personnalisation.

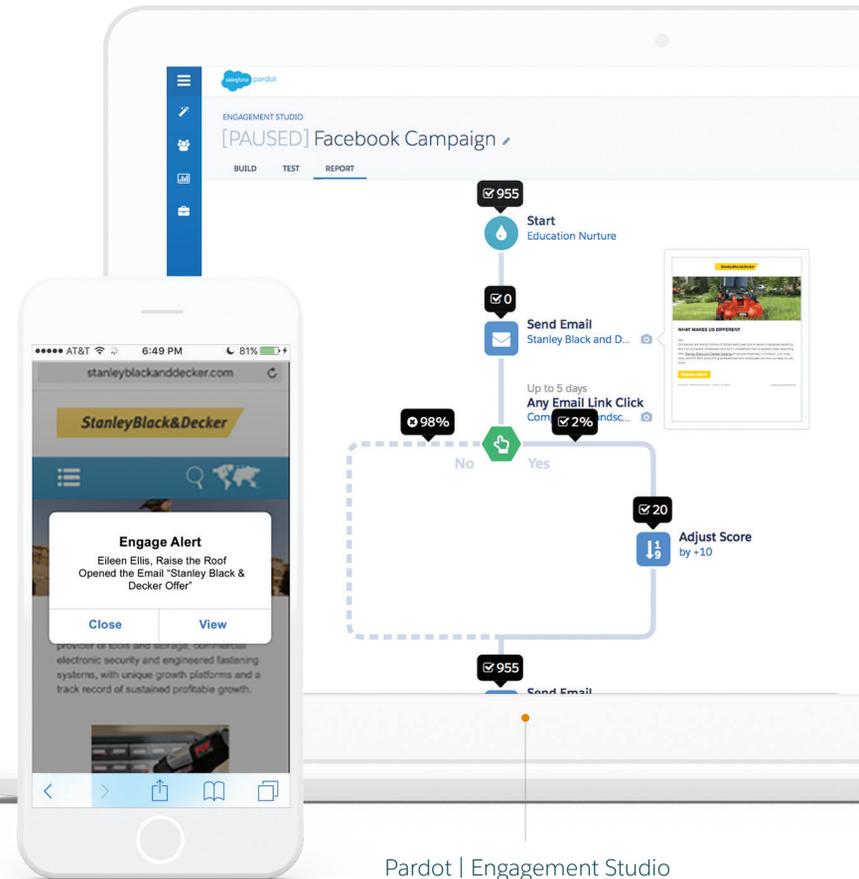
Recueillez des informations sur les clients au point d'engagement, segmentez vos clients en fonction de ce que vous savez d'eux, optimisez les contenus en fonction de votre audience et fournissez les contenus les plus appropriés à l'acheteur cible.

Mesurez le ROI du marketing.

Comprenez l'influence du marketing sur les revenus en géant le cycle de vie de vos clients. Suivez les prospects de la génération de pistes à la conclusion d'accords, et ce que vous gagnez ainsi que ce que vous dépensez.

En savoir plus sur Pardot.

[POUR SUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)



COMMERCE NUMÉRIQUE

Saisir les opportunités commerciales, là où elles se trouvent

Offrez des expériences d'achat unifiées, en ligne ou en magasin. Voici comment :

Coordonnez les expériences d'achat à travers les canaux numériques.

Transformez l'expérience de vente en ligne sur tous les canaux numériques : web, mobile et réseaux sociaux.

Effectuez des transactions de magasin et gérez des opérations de magasin.

Fournissez des capacités de point de vente permettant aux détaillants d'exécuter des transactions en temps réel et de gérer des opérations en magasin telles que de la vente, des retours et des échanges.

Incorporez l'intelligence prédictive dans vos offres et vos communications.

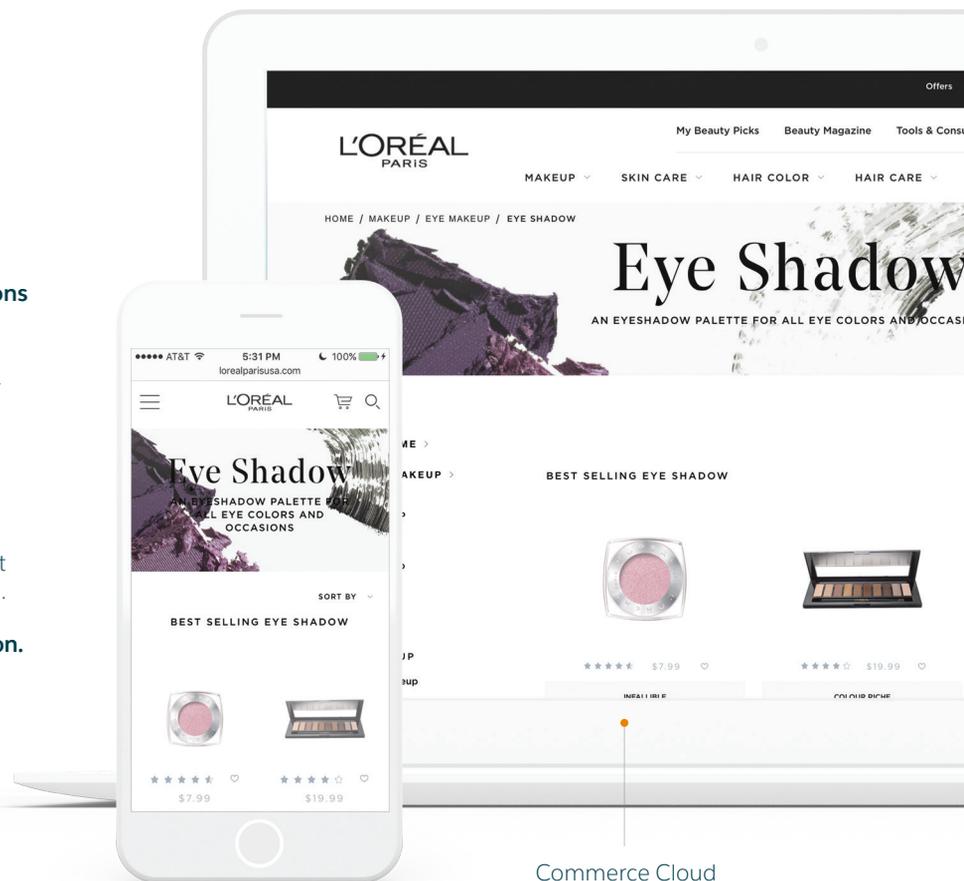
Poussez la personnalisation jusqu'à l'ADN de l'expérience d'achat à l'aide de recommandations prédictives sur le web et via e-mail.

Améliorez les services commerciaux pour accroître la satisfaction.

Chaque client et partenaire travaille avec la même version du logiciel – la version actuelle. Les utilisateurs de Salesforce appartiennent à une vaste communauté de pairs qui partagent des idées, des renseignements et de l'inspiration.

En savoir plus sur Commerce Cloud.

[POURSUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)





Sous les projecteurs | L'ORÉAL®

NYX, une division de L'Oréal, est un innovateur numérique dans le secteur des produits cosmétiques de couleur. L'équipe NYX se repose sur la technologie Salesforce pour intégrer des images et des vidéos de personnes qui appliquent du maquillage pour que les clients potentiels puissent voir le résultat sur eux.

L'Oréal rend l'expérience du e-commerce aussi personnelle que possible – et rend l'expérience en magasin plus numérique. L'équipe fait appel à la collaboration participative pour recueillir sur les réseaux sociaux les selfies approuvés qu'elle utilise sur son magasin en ligne. Des algorithmes analysent la qualité des images, et celles qui engendrent des ventes sont marquées comme efficaces et réintégrées dans le système pour resservir.

Dans les magasins, un client peut scanner un code barre de produit avec son smartphone pour découvrir des images représentant le produit en question sur des personnes. Ces images sont les mêmes que celles produites par les utilisateurs qu'un acheteur en ligne peut voir, ce qui assure la continuité des contenus entre l'environnement numérique et celui du magasin.

« Vous pouvez être en train d'acheter un produit NYX sur votre téléphone ou vous promener dans un centre commercial et entrer dans un magasin, l'expérience sera quasi identique. »

BERNICE MERLINI
*Responsable marketing commerce électronique
L'Oréal/NYX Cosmetics*



MESSAGES ÉLECTRONIQUES

Produire des e-mails qui produisent du résultats

Personnalisez vos e-mails à grande échelle et bénéficiez de la puissance du générateur de ROI marketing n°1. Voici comment :

Élaborez des e-mails efficaces rapidement à l'aide d'outils de collaboration.

Stockez et partagez des ressources pré-approuvées et définissez des règles d'approbation personnalisées pour aider les équipes à créer rapidement des e-mails et des campagnes efficaces.

Créez des messages intelligents.

Placez des contenus pertinents dans les e-mails en fonction du comportement et des attributs du client à l'aide d'un langage de script puissant et de contenus dynamiques.

Pensez mobile avant tout.

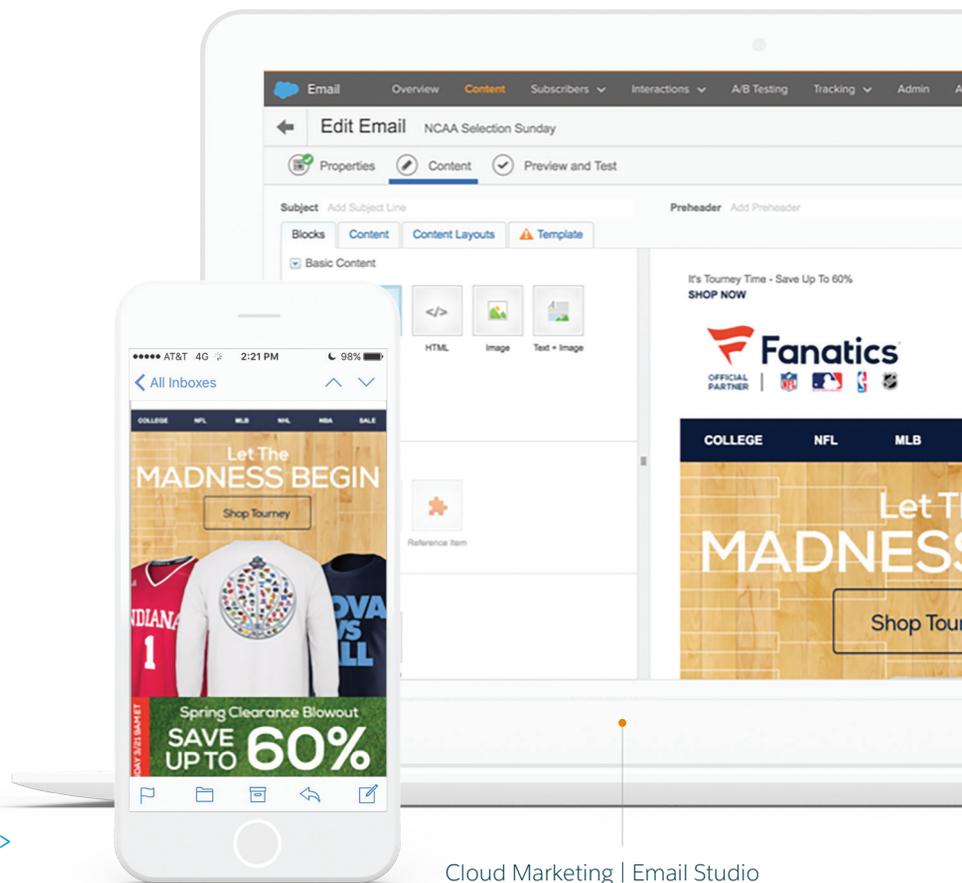
Créez des modèles personnalisés qui donnent belle allure à vos e-mails sur les appareils mobiles, où la majorité des abonnés consulte ses messages.

Envoyez des millions de messages en quelques minutes.

Que vous travailliez avec une équipe de trois spécialistes du marketing, ou avec différents services au sein d'un département marketing global, créez et envoyez des e-mails personnalisés plus efficacement que jamais.

En savoir plus sur Email Studio.

[POUR SUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)



MESSAGES MOBILES

Connectez-vous aux moments qui comptent avec Mobile

Envoyez des alertes en fonction du comportement et des actions des clients à l'aide de SMS, de notifications Push dans les applications et de messages groupés. Voici comment :

Liez votre stratégie mobile à d'autres canaux.

Utilisez des stratégies mobiles pour engendrer des abonnements par e-mail. Multipliez le nombre de vos fans et de vos abonnés sur les réseaux sociaux, et suscitez l'envie de visiter votre site web ou magasin en ligne.

Envoyez des alertes rapides ou des rappels instantanés.

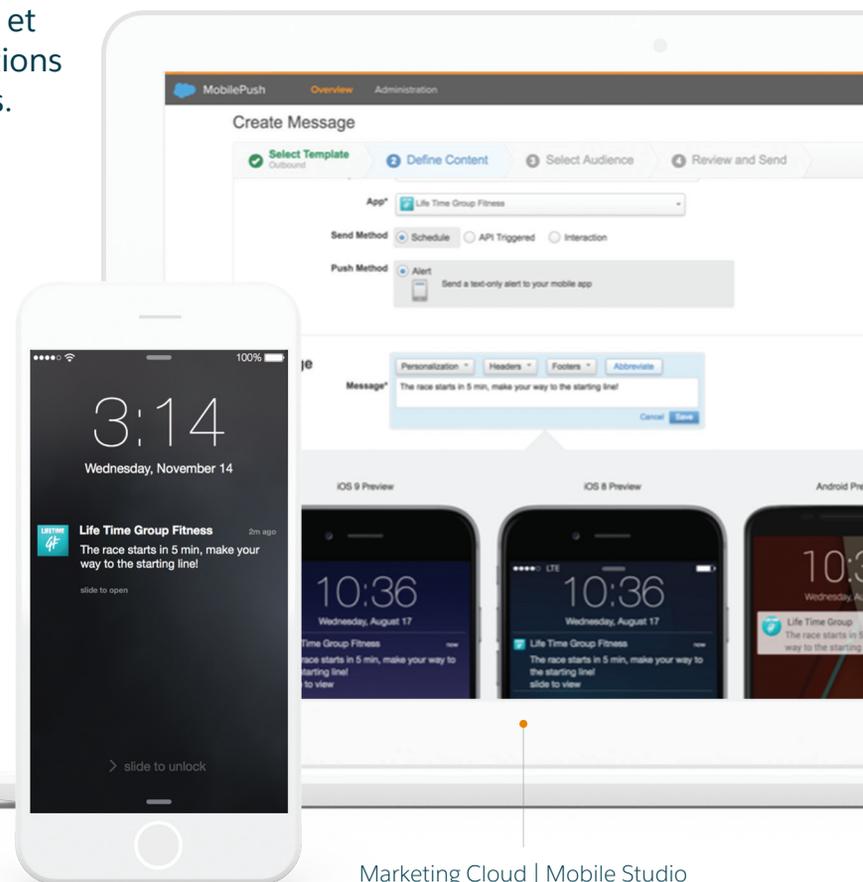
Envoyez des notifications d'une promotion ou de soldes et répondez instantanément aux tendances de votre industrie avec le contenu mobile pertinent.

Ciblez les clients à l'aide de la technologie de géorepérage.

Engagez les clients lorsqu'ils sont au plus près de vous à l'aide d'une technologie de géorepérage pour envoyer des messages en fonction de leur proximité avec votre magasin ou votre événement.

En savoir plus sur Mobile Studio.

[POUR SUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)



Marketing Cloud | Mobile Studio



Développer des applications en un clin d'œil

Développez des applications interactives rapidement pour encourager l'engagement de vos clients. Voici comment :

Développez, livrez, surveillez et dimensionnez des applications sur une plateforme cloud.

Construisez des applications rapidement sur la plateforme d'applications cloud numéro un.

Favorisez la fidélité et le commerce.

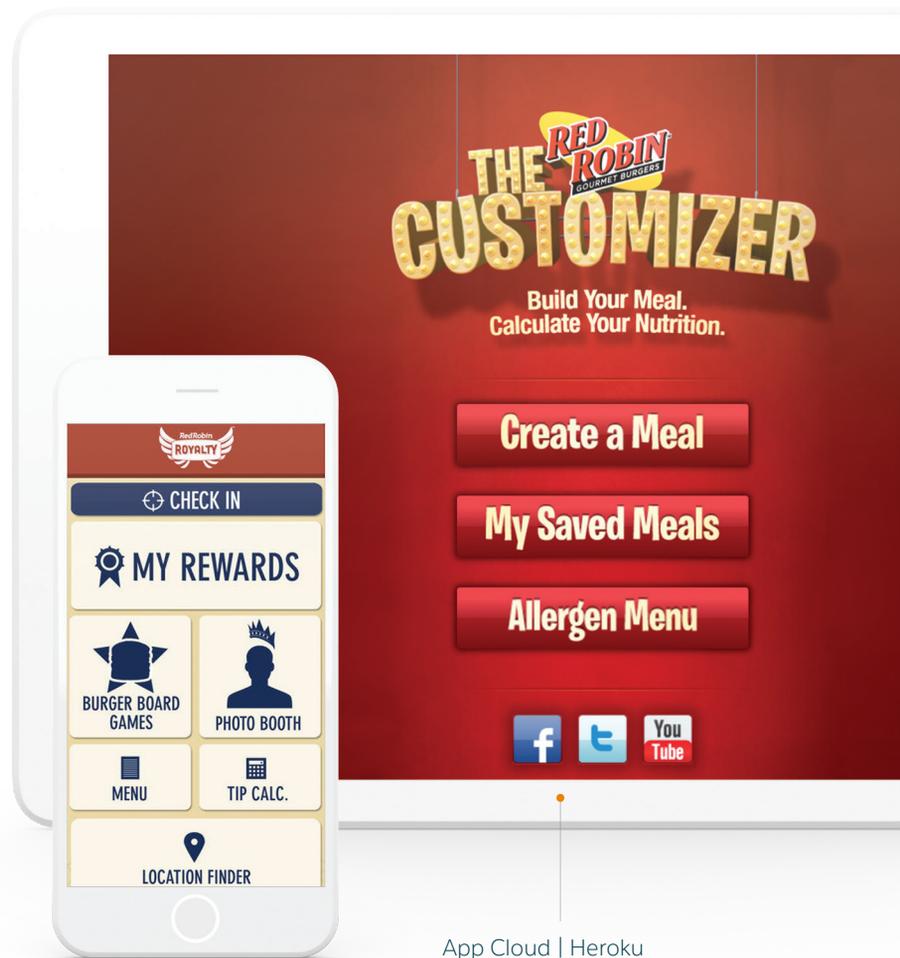
Améliorez l'engagement en récompensant vos meilleurs clients et utilisez les données client pour optimiser les promotions par l'intermédiaire d'expériences d'applications de marque.

Intégrez toutes les données Salesforce pour produire des expériences d'application plus personnalisées.

Utilisez les données client des ventes, service à la clientèle et marketing pour optimiser vos messages dans les applications mobiles. programmez des notifications push, des offres, des produits et autres messages pertinents.

En savoir plus sur App Cloud.

[POUR SUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)



App Cloud | Heroku





APPLICATIONS DES EMPLOYÉS POUR LA PRODUCTIVITÉ ET LA COLLABORATION

Rendre le marketing plus rapide et plus productif

Transformez votre équipe marketing en une machine ultra performante et efficace. Voici comment :

Améliorez la collaboration des employés.

Utilisez des applications prêtes à l'emploi telles que les outils de discussion en groupe, les docs, les feuilles de calcul et le partage de fichiers, pour inspirer la planification et la collaboration. Inspirez la communication entre les employés des différents services.

En savoir plus sur Quip.

[POUSUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)

Accélérez la productivité avec des applications du n° 1 des marchés d'applications métiers en ligne.

Installez et configurez des milliers d'applications facilement. Faites-en plus, quelle que soit la taille de votre équipe marketing.

En savoir plus sur AppExchange.

[POUSUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)

Construisez des applications marketing personnalisées à l'aide de clics ou de code.

Créez, gérez, déployez et optimisez des applications facilement pour la budgétisation, l'événementiel, les RP et les campagnes. Construisez ces applications à l'aide d'outils glisser-déposer ou des infrastructures ouvertes pour plus d'efficacité et de performance.

En savoir plus sur Force.com.

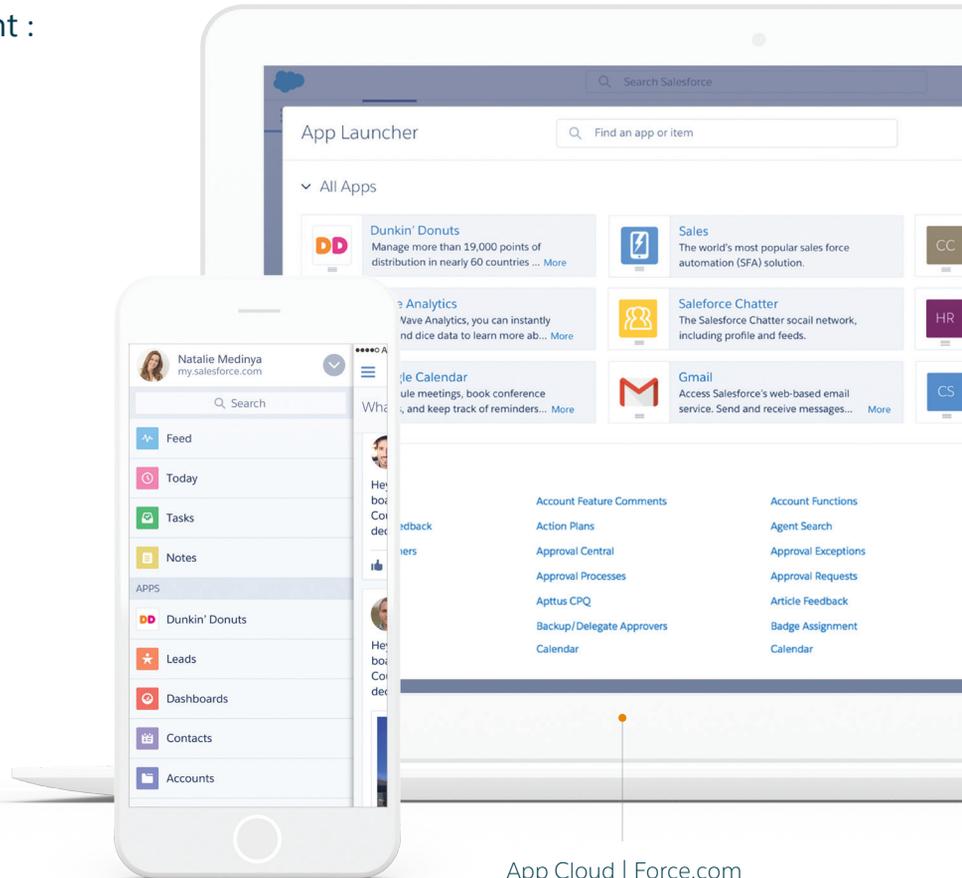
[POUSUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)

Gérez votre marketing où que vous soyez.

Restez à jour sur vos actions marketing à tout moment et intervenez sur vos campagnes où que vous soyez pour interrompre, reprendre, annuler, approuver et envoyer.

En savoir plus sur l'application mobile Marketing Cloud.

[POUSUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)



App Cloud | Force.com



Les données au coeur de la décision

Aidez votre équipe en lui donnant les informations clés de votre stratégie, les résultats et les moyens de se surpasser au fur et à mesure. Voici comment :

Voyez l'impact direct du marketing sur les revenus.

Liez le marketing aux chiffres de ventes en stockant et en affichant toutes les données au même endroit à l'aide de tableaux de bord visuels et personnalisables.

Accédez à vos données en toute facilité.

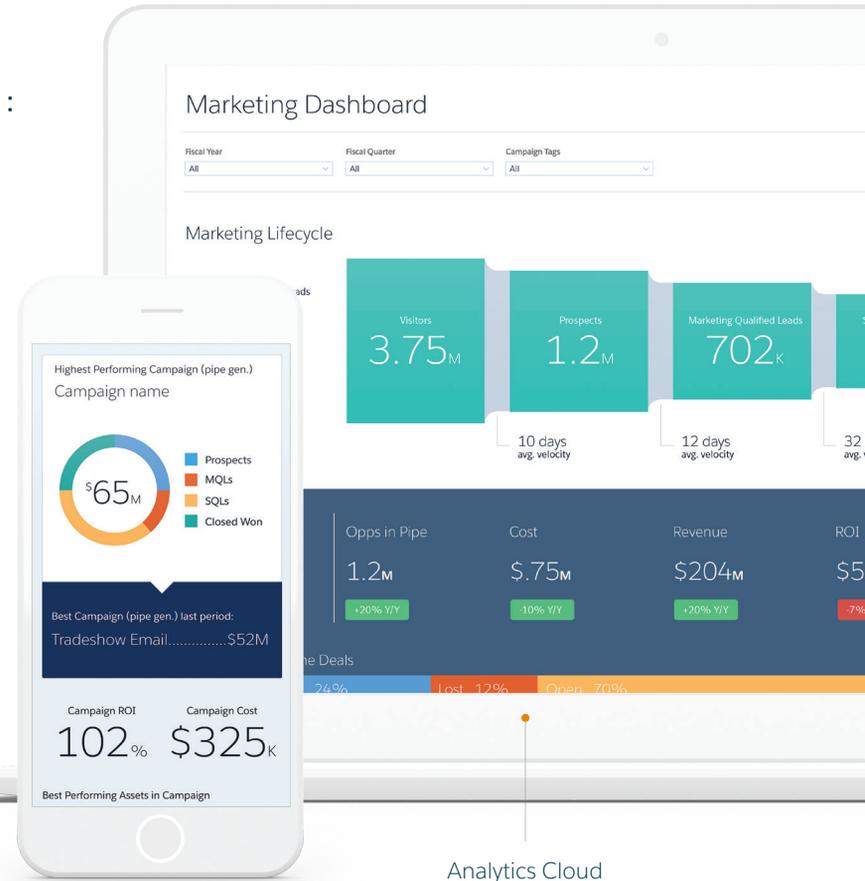
Explorez plusieurs sources de données pour améliorer de manière intelligente les performances des campagnes aux moments opportuns.

Agissez rapidement selon les renseignements dont vous disposez.

Partagez vos réflexions depuis n'importe quel appareil et interprétez vos données pour rapidement prendre des mesures en équipe, pour maximiser l'engagement et, en fin de compte, augmenter votre ROI.

En savoir plus sur Analytics Cloud.

[POUR SUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)



PRODUITS CONNECTÉS

Transformer vos produits en expériences connectées

Activez des produits connectés grâce à l'internet des objets. Voici comment :

Connectez-vous à n'importe quelle source de données à très grande échelle.

Capturez des milliards d'événements de n'importe quel produit, service, appareil ou application connectée.

Créez des parcours client à l'aide de produits connectés.

Construisez une logique en temps réel pour créer des parcours qui passent par les ventes, le service et le marketing.

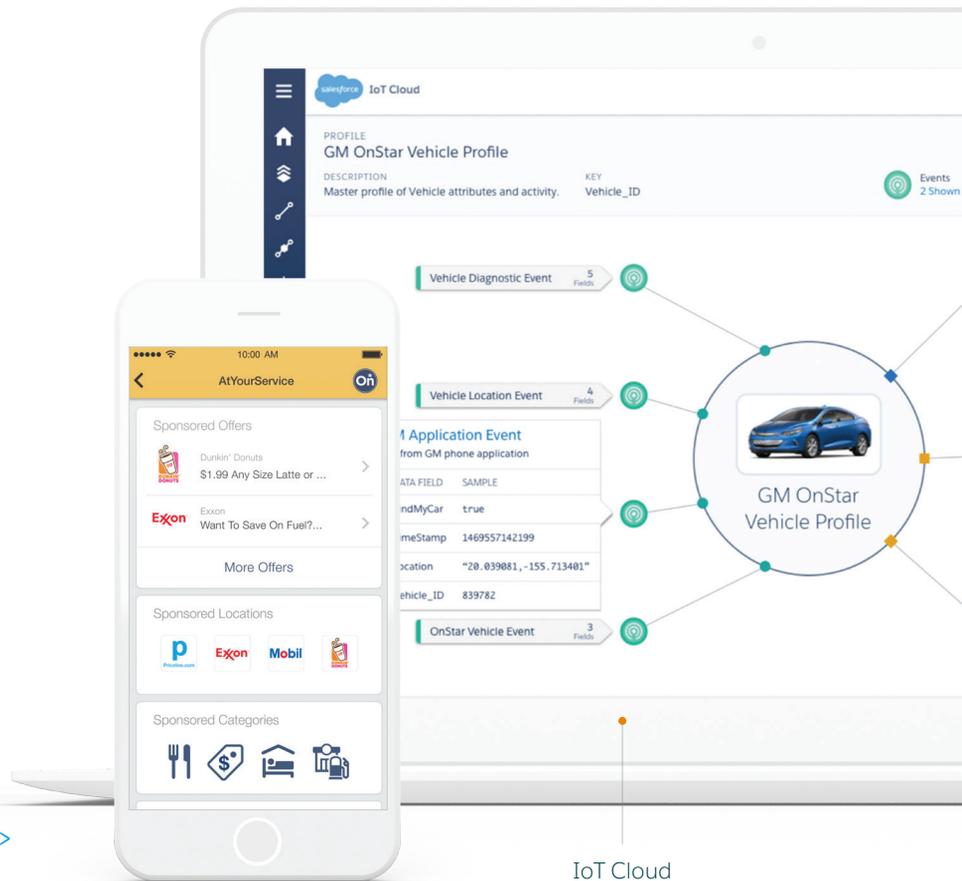
Envoyez des messages proactifs en temps réel à chaque client au bon moment.

Ré-engagez les clients qui ont cessé d'interagir avec votre produit ou répondez à une hausse récente de l'engagement vis-à-vis d'un produit en envoyant le bon message au bon moment.

En savoir plus sur IoT Cloud.

[POUR SUIVRE LA LECTURE >](#)

[NOUS CONTACTER >](#)





Sous les projecteurs

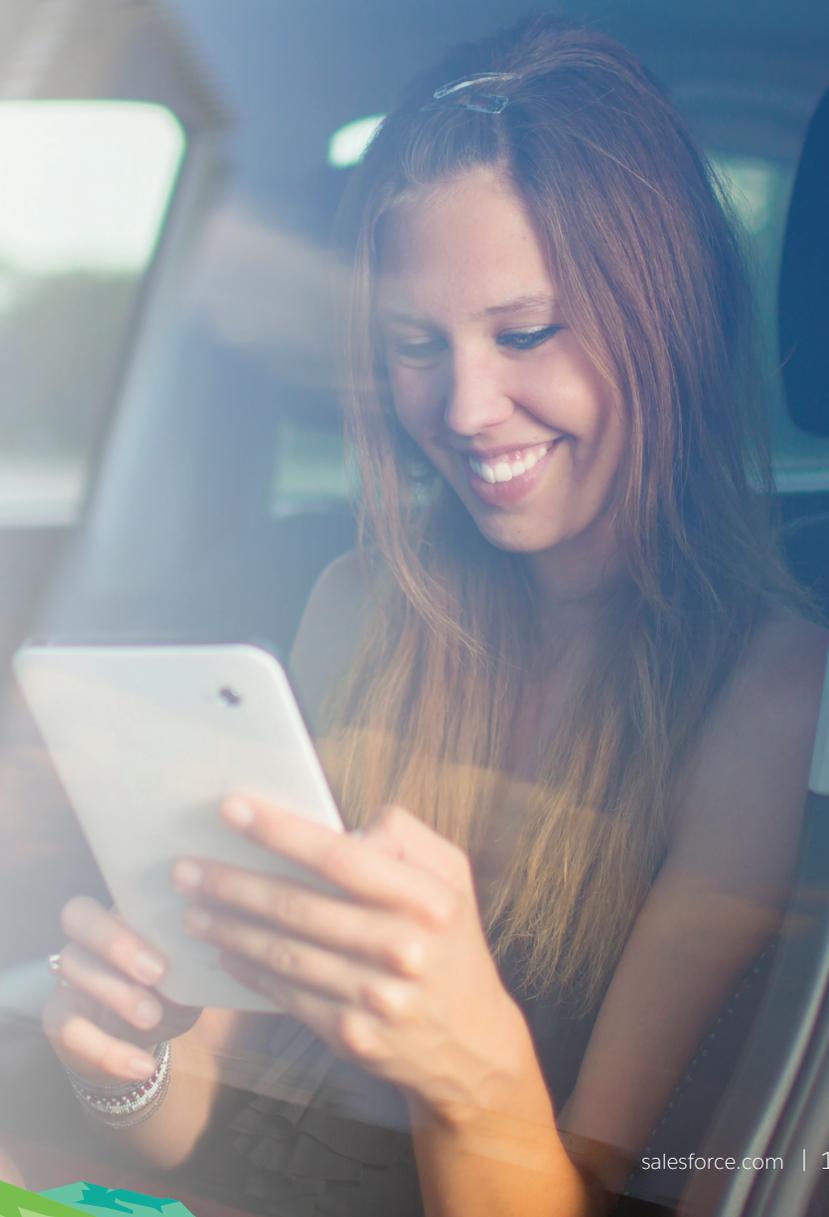


GM OnStar est passé d'un service de sécurité à une expérience automobile intégrée complète. L'équipe OnStar a adopté la puissance de la connectivité 4G LTE pour améliorer l'expérience de chaque conducteur. Elle a choisi Salesforce pour récupérer les données des véhicules, évaluer le comportement des conducteurs, optimiser des offres prédictives et des recommandations de produits, et atteindre ses clients mobiles au bon moment, où qu'ils se trouvent.

Par exemple, si vous utilisez la fonction AtYourService de OnStar, les conducteurs découvrent des suggestions de restaurants, de centres commerciaux, de stations d'essence et autres à proximité. Les clients peuvent définir leurs préférences et OnStar établit un partenariat avec des entreprises pour fournir des offres pertinentes aux conducteurs en fonction de leur emplacement et leurs préférences.

« Nous avons fait le choix de la Customer Success Platform car elle permettait de rapprocher très simplement les communautés de marchands de nos millions de clients qui conduisent des véhicules connectés à 4G LTE. »

MARK LLOYD
Directeur Consommation en ligne
GM OnStar



RÉSEAUX SOCIAUX

Transformer ses fans et abonnés en clients fidèles

Engagez les prospects et les clients sur les réseaux sociaux tout en faisant la promotion de campagnes transversales. Voici comment :

Écoutez ce qui se dit sur les réseaux sociaux.

Analysez les conversations de millions de différentes sources à l'aide de logiciels de surveillance des réseaux sociaux. Découvrez ce que les clients disent sur votre marque, vos produits et vos concurrents.

Publiez sur plusieurs réseaux sociaux.

Prévoyez, planifiez, publiez et promouvez vos publications via plusieurs comptes et réseaux. Créez et approuvez les contenus, acheminez pour approbation et publiez des messages pertinents au moment opportun.

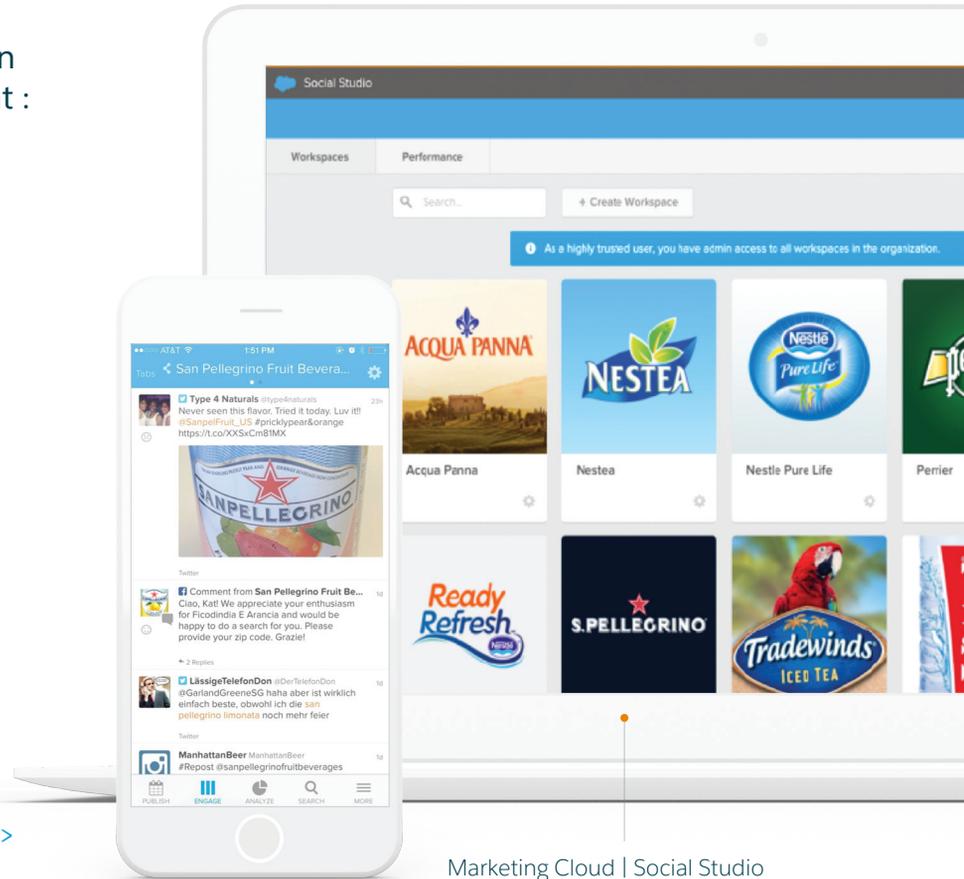
Engagez la conversation avec les fans et les abonnés, où que vous vous trouviez.

Gérez les stratégies sociales n'importe où, n'importe quand, avec l'application mobile Social Studio.

En savoir plus sur Social Studio.

[POUR SUIVRE LA LECTURE >](#)

[NOUS CONTACTER >](#)



Marketing Cloud | Social Studio



Sous les projecteurs



Des conversations sur Facebook et Twitter aux chambres froides connectées dans les épiceries, l'équipe Nestlé Waters redéfinit les codes de l'engagement client à l'ère numérique. Elle utilise Journey Builder et l'intelligence prédictive pour personnaliser les expériences de millions de consommateurs.

L'équipe Nestlé Waters utilise Salesforce pour gérer ses programmes de marketing de contenu, diriger le trafic et les pistes vers sa plateforme de commerce électronique et créer d'extraordinaires expériences client via l'engagement social. Elle utilise un centre de commande marketing qui suit ses marques, des millions d'interactions de clients et toutes les campagnes marketing.

« Il ne s'agit pas de marketing et de ventes. Il s'agit de gestion holistique de la relation avec notre client à travers les marques et les fonctions. »

ANTONIO SCIUTO
*Responsable mondial du commerce électronique,
directeur marketing et chargé des affaires électroniques
Nestlé Waters Amérique du Nord*





COMMUNAUTÉS

Construire des communautés qui rapprochent les gens

Créez des expériences communautaires en ligne autour de marques qui favorisent l'engagement des clients, des partenaires et des employés. Voici comment :

Construisez et lancez un hub d'engagement mobile rapidement.

Créez un environnement qui reflète la marque et qui permet à vos clients et à vos employés de s'engager et d'interagir les uns avec les autres, peu importe leur emplacement.

Distinguez et récompensez vos membres les plus actifs.

Utilisez des badges et tableaux de bord pour reconnaître les clients les plus fidèles à votre marque, et rappelez-leur l'importance de leur contribution au succès de votre entreprise, de votre marque, et de vos produits.

Livrez des contenus, produits et services personnalisés dans un environnement à l'image de votre marque

Adaptez chaque communication à une communauté en ligne privée pour maximiser l'engagement et les conversions.

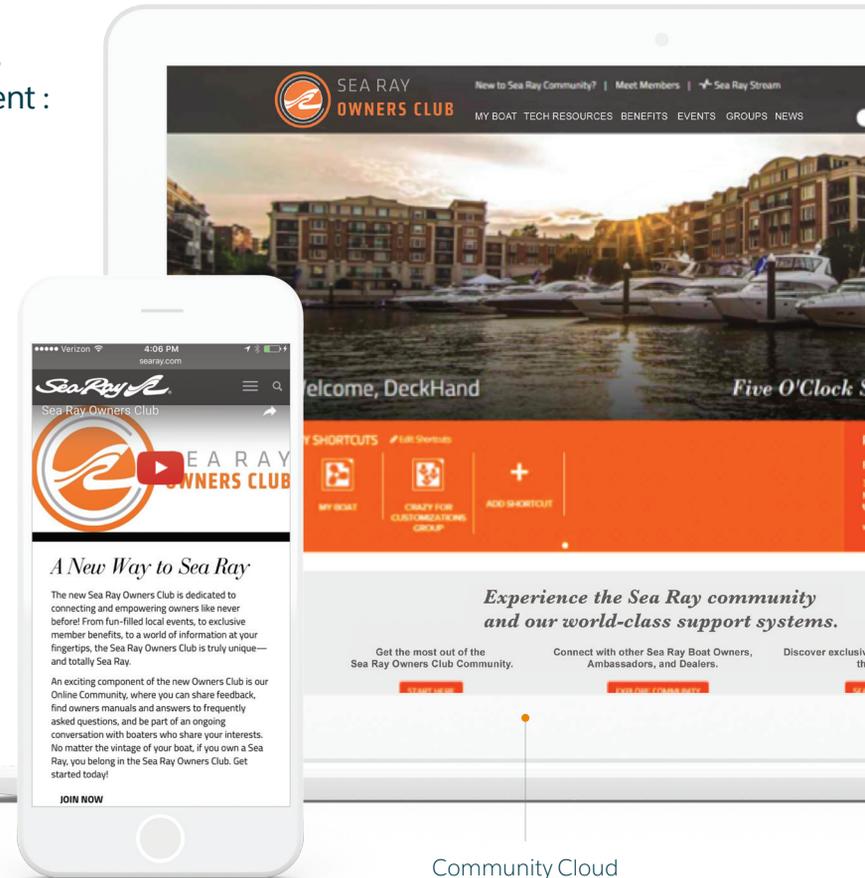
Guidez les clients avec tact vers les experts, les articles et l'assistance dont ils ont besoin.

Anticipez et préparez-vous à traiter les inquiétudes des clients avant qu'elles ne se produisent en écoutant les échanges qui ont lieu au sein de la communauté réunie autour de votre marque.

En savoir plus sur Community Cloud.

[POURSUIVRE LA LECTURE >](#)

[NOUS CONTACTER >](#)



Community Cloud



SERVICE CLIENT

Épatez avec votre sens du service

Transformez toute interaction avec votre service en raison d'aimer votre marque. Voici comment :

Stockez toutes les données marketing, de ventes et de service client dans un même enregistrement de contact.

Créez une vue unique de chaque client pour que chacun, agents de service ou commerciaux puissent connaître vos clients mieux que jamais.

Surveillez de près les activités de service et faites passer le bon message sur les différents canaux.

Anticipez les questions des clients et répondez-y de manière proactive avec des messages marketing qui atteignent la bonne personne au bon moment.

Ouvrez ou fermez automatiquement les dossiers de service en fonction du comportement des clients.

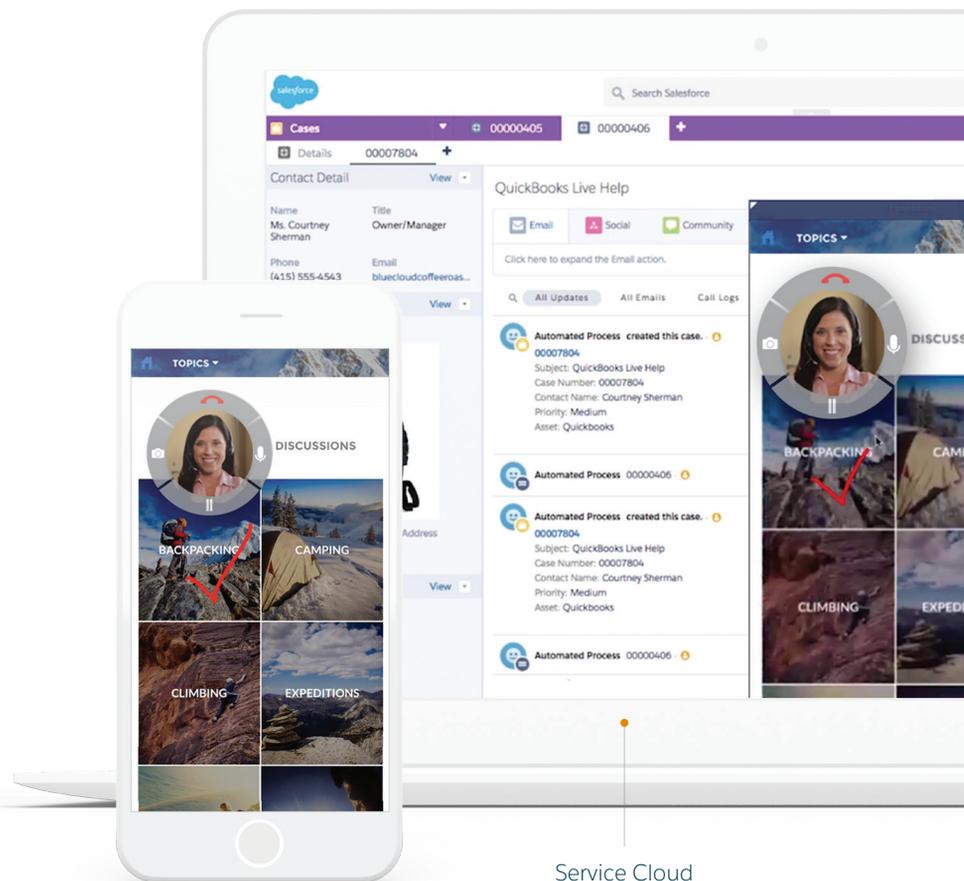
Surveillez l'activité des clients et répondez automatiquement avec des communications fortement personnalisées et basées sur le comportement et les attributs de chaque client.

Échangez de manière appropriée avec les clients ayant des dossiers de service ouverts.

Surveillez les dossiers de service pour éviter de survendre à ceux qui ont des doutes, et réduisez automatiquement les messages destinés aux prospects et aux clients qui ne sont pas disposés à les recevoir.

En savoir plus sur Service Cloud.

[POURSUIVRE LA LECTURE >](#) [NOUS CONTACTER >](#)





Sous les projecteurs



La division Global Corporate Payments d'American Express révolutionne le service client pour les comptes d'entreprise. En traitant les paiements du monde des affaires, American Express bénéficie d'une vue d'ensemble des modes de dépense de ses clients. Salesforce aide à convertir ces données en renseignements qui permettant d'affiner les stratégies marketing et de service client.

« American Express souhaite faire entrer le service dans le 21^e siècle en redéfinissant sa finalité », déclare Susan Sobott, présidente de la division Global Corporate Payments. « Nous agissons en temps réel et restons constamment informés afin d'anticiper les besoins du client. C'est notre façon de redéfinir le service. » À l'ère du client dans laquelle nous nous trouvons, cela signifie utiliser des données pour aider les clients à résoudre des problèmes et à prendre des décisions commerciales clés.

« Notre pouvoir réside dans les informations dont nous disposons, dans la confiance que nous accordent nos clients et dans la capacité de nos employés à en tirer le meilleur parti. Salesforce nous permet de suivre cette voie. »

GREG KEELEY

*VP exécutif de la division Global Corporate Payments
American Express*

Récapitulatif

Nous sommes officiellement arrivés dans l'ère du client. Gérez votre marketing à travers les ventes, le service, les produits et autres avec le CRM le plus intelligent pour créer des parcours client personnalisés.

Collectez des données à chaque point de contact avec votre marque. Créez des expériences personnalisées à chaque interaction – quel que soit le moment ou l'endroit où elle se produit. Engendrez de la valeur, mesurez les résultats et quantifiez l'impact en termes de profits. Démontrez le ROI. Développez votre équipe. Développez votre budget. Développez votre carrière.

C'est cela, Salesforce pour le marketing.

Voir Salesforce pour le marketing en action.

[DÉCOUVRIR LA DÉMO](#)





salesforce

CONNECT TO YOUR CUSTOMERS
IN A WHOLE NEW WAY



salesforce.com