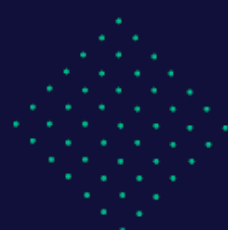


La richesse des données dans votre CRM

Tous les derniers mercredis du mois, retrouvez l'Info'graph aloha qui vous apporte toutes les données et conseils pour votre développement commercial.



Des données précieuses à exploiter pour améliorer les relations avec vos clients

30 %

Pourcentage d'augmentation des ventes suite à une personnalisation des offres



6 %

Les entreprises utilisant des données pour prendre des décisions ont une rentabilité 5 à 6 % supérieure à la moyenne de leur secteur

Le CRM est bien plus qu'une simple base de données. Il regorge de données précieuses qui peuvent être exploitées pour améliorer les relations avec les clients et stimuler la croissance de votre entreprise.

1 Types de données

Les CRM peuvent collecter une variété de données, allant des informations démographiques de base aux détails transactionnels complexes.

- Les données démographiques incluent l'âge, le sexe, la localisation géographique, etc. Les données comportementales retracent les habitudes d'achat, les interactions sur les réseaux sociaux, les clics sur les e-mails, etc.
- Les données de communication enregistrent les appels, les e-mails, les réunions, tandis que les données transactionnelles détaillent les achats passés, les montants dépensés, les produits achetés, etc.

2 Utilisation des données

L'une des forces du CRM réside dans sa capacité à exploiter ces données de manière stratégique.

- La personnalisation des interactions client, basée sur l'analyse des données, peut augmenter significativement les taux de conversion.
- De même, la segmentation de la clientèle permet de cibler des groupes spécifiques avec des offres adaptées, ce qui peut conduire à des augmentations remarquables des revenus.

3 Avantages

L'exploitation efficace des données présentes dans votre CRM offre de nombreux avantages tangibles pour votre entreprise.

En priorisant l'expérience client grâce à une meilleure compréhension de leurs besoins, vous pouvez non seulement augmenter la satisfaction client, mais également accroître la fidélité et les revenus.

De plus, la personnalisation des offres et la gestion proactive des opportunités de vente peuvent stimuler les ventes et la croissance de manière significative. En outre, l'optimisation des processus internes à l'aide de données peut réduire les coûts opérationnels et améliorer l'efficacité globale de l'entreprise.

4 Synchronisation de la data andzup dans le crm aloha



aloha est un CRM métier, outil de gestion de la relation client. Sa finalité est la connaissance client, source de prospection et de fidélisation. Le partage de l'information permet à l'ensemble des services de bénéficier d'une parfaite connaissance client.

Désormais ses utilisateurs ont la possibilité d'enrichir leur CRM grâce à la data provenant de la base de données andzup (ex-lefac.com) de façon plus optimale.

andzup est la base de données BtoB qui va vous accompagner tout au long de votre process de prospection. Grâce à la mise en place de la synchronisation manuelle entre les deux solutions, toutes les informations nécessaires seront centralisées pour dynamiser votre activité commerciale, mettre à jour votre portefeuille et enrichir vos contacts clés.

Plus d'information

