

BIG SUCCESS propose de nouveaux services à ses clients grâce à YellowBox CRM

« Le confort apporté est indéniable sur la gestion des bases. Et le confort ... c'est du temps de gagné. Et donc de la qualité dans ce qui est délivré. »

Olivier ROBERT, Vice Président et fondateur de BIG SUCCESS

L'agence de marketing 360° « bigrement efficace » optimise la gestion de base de données de ses clients avec une solution conviviale

BIG SUCCESS est une agence de communication globale fondée il y a 23 ans par des publicitaires-entrepreneurs dont les équipes sont constituées majoritairement de managers expérimentés associés aux résultats de l'agence. Son activité actuelle de stratégie, création et accès médias est le fruit d'une longue expérience en multicanaux : TVLowCost - qui produisait des films publicitaires courts pour les PME - a été la première agence en termes de volumes de créations indépendantes. TV et web ont été réunis ensuite au sein de Digilowcost, qui intégrait un pôle de création de sites, de la publicité digitale, ou encore du « RTB » (Real-Time Bidding, ou enchères en temps réel). Cette démarche a donné l'impulsion vers la programmation : tous les médias seront bientôt accessibles via des plateformes programmatiques, notamment les panneaux d'affichage numérique présents dans les différents points de vente. Double avantage : l'achat d'espaces revient de 30 à 80% moins cher et les campagnes sont optimisées au quotidien grâce à des supports innovants, efficaces et rentables. Présence sur les réseaux sociaux, modération, e-réputation, gestion de crise et

analyse d'avis clients pour des univers tant B-to-B que B-to-C constituent l'éventail des compétences de BIG SUCCESS. L'agence mutualise des compétences de créa télé et web avec des achats media on/offline. « Stratégie et création étant les portes d'entrées vers des campagnes réussies » selon Olivier Robert, Vice-Président et Fondateur du groupe. Dans un contexte de développement de business et de pur marketing allant bien au-delà de la transformation digitale, comment choisir un outil pour absorber des mécaniques métiers et positionner le bon message sur le bon canal et adresser la bonne cible au bon moment, en allant au-delà des problématiques classiques d'inbound ou de marketing automation ? Réponse : il faut un CRM !

Un CRM pour en finir avec la dispersion de l'information

« Plusieurs personnes s'occupaient de l'acquisition de prospects, chacun ayant ses propres apporteurs d'affaires, rien n'était mutualisé. Les prospects étaient partagés via des fichiers Excel ce qui impliquait un défaut de synchronisation et d'harmonisation des sources, un timing irrégulier ou décalé des campagnes, du travail en silo donc, dans un contexte de forte croissance de data mal croisées et mal exploitées » explique Olivier Robert.



FOCUS

Société : BIG SUCCESS

Secteur : Marketing et Publicité

Besoins :

- Regroupement de l'information
- Synchronisation et harmonisation des sources
- Timing régulier des campagnes

Solution :

- YellowBox CRM



TEMOIGNAGE BIG SUCCESS

La démarche de mise en œuvre d'un CRM s'est imposée d'elle-même le jour où BIG SUCCESS a pris conscience que ses clients allaient être confrontés aux mêmes symptômes, sans forcément vouloir les traiter par eux-mêmes. L'agence se devait d'être force de proposition pour leur offrir une solution compatible avec les campagnes qu'elle allait construire pour eux.

3 critères principaux de choix : écoute, connaissance métier et simplicité

BIG SUCCESS avait déjà étudié plusieurs solutions dont l'usage s'est avéré compliqué. « Il faut que les choses soient simples pour qu'elles soient utilisées » selon M. Robert. C'est donc tout simplement lors d'un échange avec un client lyonnais qu'il a entendu parler pour la première fois de YellowBox CRM. « Ce qui a fait la différence, c'est tout d'abord le bon relationnel autour du business car l'agence évolue sur des domaines sensibles. La simplicité de l'outil m'a toute de suite séduit » ajoute M. Robert, même s'il reconnaît qu'il est délicat de faire changer les habitudes en interne, car c'est une démarche à long terme. « Le temps passé en formation a démontré que l'outil était hyper-flexible et permettait une adaptation à tous types de clients, un point crucial pour notre activité ». L'approche budgétaire a été par ailleurs très appréciée.

Un déploiement rapide

La mise en œuvre de la solution s'est faite par transfert de compétences, par du paramétrage à la demande et de l'accompagnement. Le déploiement a été assez rapide entre le choix et la mise en place (un mois en tout). Aujourd'hui, BIG SUCCESS utilise l'outil principalement pour la prospection, la gestion de base de données de prospects.

Un ROI délicat à calculer...

« Il est toujours compliqué de calculer un ROI sur ce type de projet. Le confort apporté est indéniable sur la gestion des bases. Et le con-

fort ... c'est du temps de gagné. Et donc de la qualité dans ce qui est délivré » pour Olivier Robert.

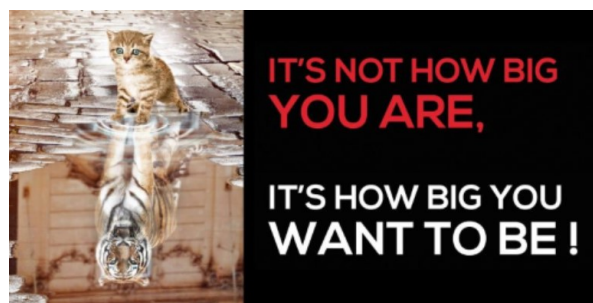
... Mais des perspectives d'usages très vastes

L'étape suivante consistera à interfacier YellowBox CRM avec un outil interne de gestion clients. Le but : apporter une vraie plus-value à tout le staff grâce à un accès à une information qualitative sur :

- Les fiches clients,
- Les en-cours,
- La mise en œuvre d'une mécanique cross-business (croisements d'informations sur des clients communs entre différentes équipes)

La synergie de projets doit permettre d'accroître le développement d'opportunités d'affaires. BIG SUCCESS peut désormais proposer à ses clients ce qui a été réalisé en interne chez lui : gagner de la pertinence dans la gestion de bases de données, en segmentation et en qualité. « L'idée consiste à créer un nouveau produit, un nouveau service qui va permettre à des organisations dépourvues de bases de données de collecter de la data et de la gérer avec efficacité ».

En résumé : YellowBox CRM va permettre à BIG SUCCESS de construire et de gérer des bases pour le compte de ses clients. Au final : redonner à certains grands comptes le contrôle sur la connaissance de leurs clients - qui l'ont souvent laissé aux distributeurs - et réexploiter celle-ci notamment sur les réseaux sociaux. Une démarche gagnant-gagnant pour toutes les parties prenantes.



IT'S NOT HOW BIG
YOU ARE,

IT'S HOW BIG YOU
WANT TO BE !