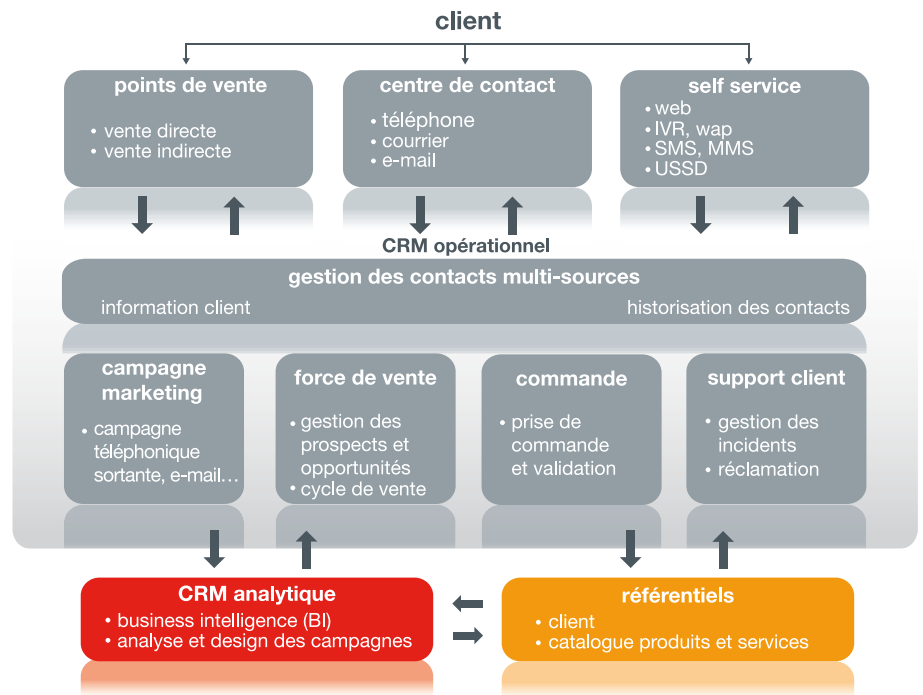


# management de la relation client

performance, fidélisation et différenciation

« Réussir dans un marché toujours plus concurrentiel et arriver à suivre l'évolution toujours plus rapide du comportement de la clientèle », c'est ce qui ressort du rapport Forrester\* sur les défis et objectifs de demain. De grandes entreprises internationales ont récolté des bénéfices conséquents en améliorant leur gestion de la relation client (un retour sur investissement en augmentation de 15% à 50% selon le secteur).



fluidité des informations, référentiel client unique

## Une organisation orientée client

La démarche CRM permet de mieux connaître vos clients et d'adapter votre stratégie marketing à la **convergence des usages** (fixe, mobile, internet).

## Un accompagnement sur mesure

Engager une démarche de management de la relation client nécessite **un pilotage fort de la conduite du changement**. Afin de définir vos besoins stratégiques et opérationnels (pilotage de rentabilité, programme de fidélisation...), nos experts interviennent depuis la définition des priorités au déploiement de la solution CRM.

## Une méthode de management éprouvée

### ■ conduire le changement

- accompagnement de l'opérateur dans la définition de ses besoins de management de la relation client
- formalisation des besoins exprimés d'après les recommandations marché (TM Forum)

### ■ choisir la solution technique

- choix étroitement lié à votre stratégie d'entreprise et à vos priorités : couverture fonctionnelle, budget, délai.
- intégration de solutions leaders du marché : **Oracle EBS, Siebel, Peoplesoft, Cohéris, E-deal**.

### ■ maîtriser une implémentation de bout en bout avec engagement de résultat

- constitution d'une équipe d'experts fonctionnels et techniques
- implémentation clef en mains
- respect des délais
- transfert de savoir-faire et accompagnement pour maîtriser les nouveaux processus

## Bénéfices

- **fidélisation**: connaissance approfondie des clients, amélioration de la satisfaction et de la qualité de service
- **augmentation de votre base clients**: lancement d'offres plus adaptées et différenciantes
- **renforcement de votre position concurrentielle**
- **optimisation des business process**

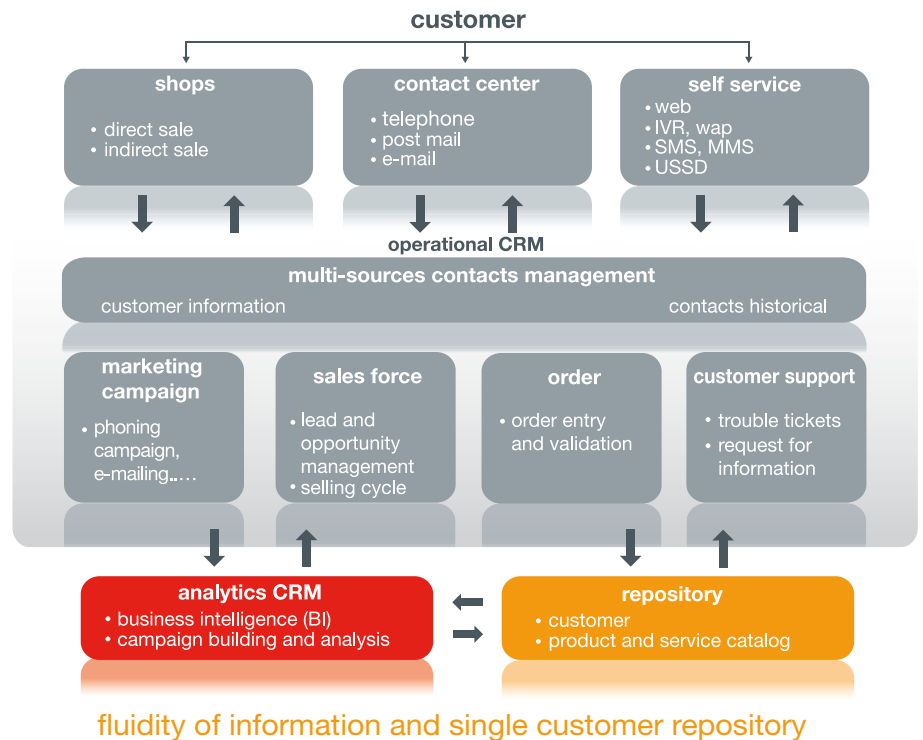
\*The challenges of CMOs in 2008, Forrester

# customer relationship management

performance, loyalty and differentiation

“To succeed in an even more competitive market and to follow the fast evolution of the customer’s behavior”, this is what the Forrester\* report reveals about tomorrow’s challenges and objectives.

Major international companies made large benefits by improving their Customer Relationship Management (return on investment increasing from 15 to 50% depending on the sector).



## A customer focused organization

The CRM approach enables a more accurate vision of customers and adjusts the marketing strategy to the **convergence of usages** (wireline, wireless and broadband access).

## A personally designed support

Each customer relationship management project requires a **strong management**. In order to define your strategic and operational needs (profitability steering, loyalty programs...) our experts get involved from the priorities' definition to the CRM solution rollout.

## A proven management method

### ■ change management

- assist the operator in the definition of its management needs
- formalize business requirements according to market recommendations (TM Forum, eTOM)

### ■ technical solution selection

- choice strictly linked to the company's strategy and priorities: functional coverage, budget and deadline.
- integration of the market's leading solutions: **Oracle EBS, Siebel, Peoplesoft, Cohéris, E-deal.**

### ■ end to end implementation

- building a functional and technical team
- turn-key implementation
- deadline meeting with commitment of results
- know-how transfer and support to control new processes

## Benefits

- **improve customer loyalty** (deep knowledge of customers and satisfaction improvement)
- **enhance the number of customers for your business** (launch of more adapted and differentiating offers)
- **strengthen its competitive position**
- **optimize business processes**

\*The challenges of CMOs in 2008, Forrester