

- Base de données, relation client et site web -

## Un formulaire de Contact qui devient intelligent ... grâce au SaaS ?

### 37 millions d'Internautes pressés diront ... « *Enfin !* »



Par Claude BITON, président de CBC DEVELOPPEMENT et membre du SNCD, syndicat national de la communication directe, et Lauréat 2010 du CUBE D'OR DE L'INNOVATION dans les Techniques de la Relation Client pour son service de siretisation en mode SaaS

▪ Une population de 65 millions d'habitants, 37 millions d'internautes, 27 millions d'acheteurs en ligne en France et un taux de progression annuel de l'e-commerce de 18% (source : Médiamétrie 2010) : tous les indicateurs montrent que le moment est venu de créer des formulaires "*intelligents*" qui doivent à la fois faciliter la saisie, dynamiser la relation client et aussi permettre la constitution de Bases de Données de Qualité.

#### Le point clé : le formulaire Contact

Qualité des données : le B-A-BA de l'e-commerce, de la VAD et du marketing "*tout entier*" ! Et certainement, la condition minima pour livrer un produit dans les délais pour les sites marchands...

Comme la caissière dans la grande distribution, **\*le formulaire est le point ultime de contact\*** après avoir parcouru les rayons et fait ses achats. Il faut payer et être livré... On peut personnaliser ou dépersonnaliser la relation, l'enrichir ou la dégrader.... Un véritable enjeu de qualité de services ... Pourrait-on y voir là une partie de l'explication du taux souvent élevé de "*paniers en déshérence*" ?

Les internautes sont volatils, pressés et exigeants... Leur imposer une saisie fastidieuse de leurs coordonnées ne fait pas leur affaire : premier point.

Deuxième point, il est possible d'enrichir les données fournies de données extérieures, un téléphone, un Siret... Pourquoi s'en priver ?

Troisième point, pourquoi attendre que l'internaute soit déconnecté et s'entêter à ne pas profiter de sa présence pour lui faire valider toutes les informations utiles auxquelles il accepte de nous donner accès ?

Maîtriser la collecte directe et indirecte des données tout en facilitant la saisie par l'internaute est une réalité grâce au \_« *Cloud Computing* »\_, au \_« *SaaS* »\_ et aux \_« *Mashup* »\_. \*C'est tout l'intérêt d'une démarche de formulaire intelligent ... comme la rend possible le SaaS.\*

Si vous pouviez apprendre à votre formulaire de contact à parler avec le client, le prospect ou le ... "*collaborateur*" qui est en train de le remplir, il vous en donnerait des informations !

## **L'« intelligence » dans un formulaire, qu'est ce que cela veut dire ?**

C'est proposer en temps réel, une liste de réponses probables en fonction de l'état instantané de la saisie.

C'est trouver un numéro de téléphone sans qu'il soit nécessaire de le demander à l'internaute.

C'est soumettre une liste d'enseignes, de raisons sociales, de sigles avec leurs adresses, leurs mandataires sociaux, codes SIREN, APE, des éléments financiers, de façon « intuitive » en se fondant sur l'état instantané de la saisie ...

C'est détecter une fausse adresse e-mail ou une incohérence dans la saisie des coordonnées et en "*parler*" avec l'internaute en "*direct*".

C'est pouvoir donner des caractéristiques sociodémographiques par l'affectation automatique du code IRIS de l'INSEE.

Le SaaS permet tout cela aujourd'hui. Pourquoi se priver de découvrir cette nouvelle dimension ? ...

## **La révolution SaaS pour les professionnels du marketing**

A se demander si les professionnels de l'e-commerce et du marketing savent collecter et exploiter les données clients ? Mais bien sûr, c'est leur métier ! Géolocalisation des adresses, rentabilité des campagnes, stratégie multicanal : ils pensent maîtriser parfaitement et les outils sont là pour les y aider. Ils savent même composer le site Web en dynamique, en fonction du parcours déjà détecté de l'internaute, qui présuppose ses centres d'intérêt.

Créativité des messages et sophistication des tris aboutissent pourtant quelquefois à des résultats qui plafonnent, faute de données "*satisfaisantes*".

Car à quoi ça sert de tenter de géocoder des adresses invalides ? Comment calculer la rentabilité d'une campagne courrier si la cible contient doublons et déménagés à foison ? A quoi ça sert de concevoir une stratégie multicanal quand les téléphones sont absents ou erronés ? Pourquoi ne pas valider une adresse e-mail dès qu'elle est donnée afin d'éviter le risque d'une "*relation rompue*" ? Comment ambitionner de gérer une Base de Données BtoB si on n'y a pas inclus le Siret ? Comment s'engager sur des délais de livraison si les adresses postales ne sont pas validées ?

Evidemment, il y a bien les grands ménages annuels qui sont traditionnellement faits dans les bases de données. Mais que fait t-on des données prospects ou clients collectées entre deux nettoyages, alors même qu'il faut réagir toujours plus vite, dans un monde de concurrence exacerbée, Internet nous apprenant chaque jour ce que "*instantanéité*" veut dire ?

Les professionnels du marketing et de l'e-commerce devraient peut-être s'intéresser à cette petite révolution du SaaS qui les touche eux-aussi ...

## A propos de CBC DEVELOPPEMENT.

CBC DEVELOPPEMENT conçoit, édite et distribue depuis 12 ans, des logiciels de gestion de la relation client. Ses gammes sont destinées à optimiser l'organisation et le fonctionnement des centres d'appels, d'une part, et la gestion de la qualité des données et fichiers, d'autre part. D'autres services et logiciels sont d'ores et déjà proposés en mode SaaS : Restructuration et Normalisation Postales, Validation des E-Mails, Mise à Jour Automatique des Téléphones (tant français qu'étrangers), ...

CBC DEVELOPPEMENT est membre actif du SNCD – syndicat national de la communication directe. CBC DEVELOPPEMENT est lauréat 2010 du Cube d'Or de l'Innovation du salon de la VAD pour son expertise du mode SaaS. Ses produits sont homologués par le SNA La Poste. CBC DEVELOPPEMENT est partenaire technologique IBM et membre du Club Alliances.

CBC DEVELOPPEMENT intervient en France, Espagne et Tunisie. Plus de 3 000 entreprises, de toutes tailles, dans tous les secteurs, utilisent ses solutions : Bancassurance et Services Financiers (Crédit Mutuel, Crédit Agricole, Cofinoga, Malakoff Médéric, Groupe D&O, Harmonie Mutuelles, ...), Services Non Financiers (Altarex, Coface Services, Sécuritas, UBI France, ...) VPCistes (3 Suisses, JM Bruneau, La Redoute, Manutan, ...), Médias (Editions de l'Echiquier groupe de presse L'Alsace, Groupe Moniteur, Ouest France, ...), Prestataires de Services, Routeurs et Hébergeurs de Données (Arvato Services, Base Plus, Cortex, CFI Technologie, Dsiig, Médiapost, Soft Computing, Tagg Informatique, ...), Centres d'Appels, Administration (CPAM), ...

Pour en savoir plus : [www.cbcdeveloppement.fr](http://www.cbcdeveloppement.fr) - [www.telemission.com](http://www.telemission.com)

## *Contacts*

Relations presse ■ Agence C3M ■ Tél. : 01 47 34 01 15

Michelle Amiard, [michelle@agence-C3M.com](mailto:michelle@agence-C3M.com)

Laurence Delval, [laurence@agence-C3M.com](mailto:laurence@agence-C3M.com)