

## Les professionnels du marketing direct découvrent les vertus du message téléphoné avec Premiere Global Services

■ Comme le fax, l'e-mail et le SMS, le message vocal démontre son efficacité dans la communication de proximité, en conquête ou en fidélisation de clients. ■ L'agence conseil JV COMMUNICATION s'appuie sur le savoir-faire technologique de Premiere Global Services, spécialiste mondial des solutions de communication pour les entreprises, pour monter des campagnes d'informations. ■ Exemple concret chez un concessionnaire Citroën.

### Le message vocal, une solution très efficace en fidélisation comme en conquête de clients

Quoi de plus simple ? Le téléphone sonne, le client décroche et entend un message préenregistré. S'il utilise aussi le téléphone, le message vocal se montre moins intrusif que les sollicitations directes faites par un téléopérateur. Existant outre-atlantique depuis plus de 15 ans, ce mode de communication arrive aujourd'hui en France. La voix enregistrée est devenue plus naturelle et chaleureuse, le serveur vocal plus efficace, ouvrant de multiples applications dans le domaine du marketing relationnel : invitation à des essais automobiles, des journées portes ouvertes ou des soldes privées, proposition d'offres spéciales, rappel d'échéances (vaccination de votre chien...), etc. « *Ce mode d'approche permet aux entreprises d'élargir leur champ d'action. Encore nouveau, il garde une fraîcheur qui suscite l'intérêt, d'où d'excellents niveaux de réponse de l'ordre de 85 %* », explique Jacques Ferrand, directeur de JV Communication, agence qui met en place des campagnes de communication simples ou multicanal (fax, SMS, e-mail et vocal) dans de nombreux secteurs d'activité. « *Le message vocal est particulièrement adapté aux entreprises qui communiquent beaucoup et cherchent de nouveaux moyens de s'adresser à leur clientèle ou leurs prospects* », poursuit Jacques Ferrand. Jouant sur une relation de proximité avec la marque ou le prestataire connu du client, il se révèle très performant dans les actions de fidélisation de la clientèle. « *Certains clients n'hésitent pas à rappeler spontanément leur contact pour confirmer l'invitation par exemple, comme ils le feraient avec un proche : la relation est plus personnelle qu'avec les outils de diffusion classiques.* »

### L'exemple d'une concession Citroën

Partant du constat que le fax est réservé aux professionnels, que les annonces publicitaires (PQR, radio) avaient atteint leurs limites et que son fichier d'e-mails clients était incomplet, la concession Citroën d'Ecully près de Lyon, a décidé en 2006 d'expérimenter la communication par message vocal.

Le but : inviter ses clients à une journée portes ouvertes pour présenter le nouveau C4 Picasso.

Le message est simple, court et sobre : « *Juste un petit mot pour vous dire...* » La promesse d'un petit cadeau de bienvenue permet de faciliter la décision de se déplacer.

« *Cela a très bien fonctionné, le retour a été beaucoup plus immédiat qu'avec les supports habituels et la fréquentation de la journée a été excellente*, raconte François Lavigne, directeur de la concession. *Nous avons fait attention d'éviter toute agressivité dans le message et d'apporter une vraie justification : la présentation d'un nouveau modèle. Autre avantage, ce type de campagne est plutôt économique.* »

Vu le succès de nombreuses autres actions de ce type menées par JV COMMUNICATION et Premiere Global Services, les responsables marketing et commerciaux savent qu'ils ont désormais une nouvelle corde à leur arc.

## **JV COMMUNICATION s'appuie sur le savoir-faire de Premiere Global Services**

En conquête également, l'efficacité est au rendez-vous. Après validation de son accord (« *si vous souhaitez écouter ce message de la marque X, tapez 1 sinon tapez 2* »), le destinataire découvre l'offre. Cela draine une nouvelle clientèle avec la possibilité ensuite de faire de l'interactivité directe (mise en relation immédiate avec un centre d'appels) ou indirecte (le service commercial rappelle les contacts ayant souhaité en savoir plus), **les campagnes pouvant gérer entre 2 000 et 50 000 appels.**

Pour mettre en œuvre ses campagnes de communication avec message vocal, JV COMMUNICATION utilise la plate-forme de Premiere Global Services, comme il le fait déjà pour les opérations d'e-mailings, de faxing ou d'envoi de messages SMS. « *Leur technologie est excellente, facile d'emploi et représente un gage de réussite certain pour ce type de campagne. Les procédures sont simplifiées à l'extrême, la réactivité est maximale pour nos clients. Ils nous font profiter de leurs moyens importants et de leur savoir-faire acquis à l'échelle mondiale depuis des années* », précise Jacques Ferrand, qui, de son côté, agit pour démocratiser ce nouveau moyen de communication. Un marché en pleine expansion en France et dont Premiere Global Services se présente d'emblée comme l'acteur incontournable.

**À propos de Premiere Global Services.** Premiere Global Services propose des solutions automatisées de gestion et de diffusion de données exploitant les technologies vocales, le SMS, l'e-mail et le fax. Premiere Global Services diffuse chaque jour 13 millions de messages électroniques dans le monde, pour ses 46 000 clients issus de tous les secteurs de l'économie : banque et finance, services publics, médical, transports, associations, télécommunications, tourisme, hôtellerie... Basée à Atlanta, la société a été fondée en 1988 et est cotée depuis janvier 2005 sur le premier marché boursier de New York. Elle emploie 2 200 salariés. La filiale française traite à elle seule 4 millions de messages quotidiens. **Pour en savoir plus : [www.premiereglobal.fr](http://www.premiereglobal.fr)**

## **Contacts**

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

Céline Maurice, [celine@agence-c3m.com](mailto:celine@agence-c3m.com) ou Michelle Amiard, [michelle.amiard@agence-c3m.com](mailto:michelle.amiard@agence-c3m.com)

**PREMIERE GLOBAL SERVICES**

Mélinda Baurèche, responsable Marketing et Communication – Tél. : 01 43 16 40 00, [melinda.baurèche@premiereglobal.fr](mailto:melinda.baurèche@premiereglobal.fr)

PREMIERE GLOBAL SERVICES — Centre d'Affaires Le Louvre - 151 bis rue Saint-Honoré - 75001 Paris

Tél. : 01 43 16 40 00 – Fax : 01 70 91 79 70 – [www.premiereglobal.fr](http://www.premiereglobal.fr)

C3M, AGENCE DE RELATIONS PRESSE – Tél. : 01 47 34 01 15 – [www.agence-C3M.com](http://www.agence-C3M.com)

RETROUVEZ LE DOSSIER DE PRESSE ET LES COMMUNIQUES SUR [WWW.AGENCE-C3M.COM](http://WWW.AGENCE-C3M.COM)

**C3M**  
**RELATIONS**  
**PRESSE**