

Paris, le 14 novembre 2013

Contacts Presse

Mots-clés : NEW BIZ / MARKETING / CRM / DISTRIBUTION / MUSIQUE

Agence C3M
Tél. : 01 47 34 01 15Michelle AMIARD
michelle@agence-C3M.comHélène JOUBERT
helene@agence-C3M.com

L'enseigne MUSIKIA orchestre sa stratégie de marketing avec ID CONTACT

- **Le distributeur d'instruments de musique, Musikia, a choisi ID CONTACT pour structurer sa stratégie de marketing.**

Musikia distribue des instruments de musique des marques les plus prestigieuses. Historiquement, l'enseigne a pignon sur rue puisqu'elle est installée sur plus de 1 200m² en plein cœur de Paris. Elle est présente également sur le web avec une boutique en ligne où sont présentées les références du catalogue, ainsi que les promotions du moment. Afin de fidéliser sa clientèle et d'améliorer sa relation Client, Musikia a fait appel à ID CONTACT pour orchestrer ses campagnes marketing.

La plateforme logicielle ID CONTACT gèrera une base de 400 000 contacts, qui sera entièrement restructurée pour intégrer les préférences des clients, puis sollicitée par l'envoi de communications personnalisées.

Les notions d'univers musical, mais aussi de fidélité et de participation à des événements en boutique, seront ainsi intégrées aux messages. En outre, les comportements d'achat en points de vente seront répercutés dans la base de données au travers des relevés de caisse. Dorénavant, un client achetant une guitare en boutique, pourra recevoir par email une offre spéciale sur des cordes de guitare...

« *Nous sommes ravis de travailler avec une enseigne comme Musikia* », déclare Christophe Leduc, PDG de ID CONTACT. « *Il y a des problématiques cross-canal, boutique et site web, ainsi que des univers d'achat divers et variés : notre solution logicielle est pleinement adaptée pour relever le défi de délivrer le bon message, à la bonne personne, au bon moment, et sur le bon canal !* »

A propos de ID CONTACT

ID CONTACT est éditeur d'une plateforme SaaS dédiée au marketing relationnel, comportemental et multicanal. *Centraliser* les données clients, *les enrichir* en continu à partir de sources extérieures, multiples, dispersées et hétérogènes, *segmenter et cibler* des sous-populations, *concevoir* des scénarios marketing, *automatiser* leur déclenchement selon les actions individuelles des clients et prospects, *analyser* le résultat des campagnes : toutes les étapes d'une politique de marketing relationnelle, sont gérées depuis une seule et même interface.

ID CONTACT a aujourd'hui conquis des références dans le secteur du tourisme (Transdev, Siblu...), du commerce et de la distribution (Hygena, Heineken, Bongrain, Kellogg's...), des médias et des télécoms (Le Figaro, Bouygues Telecom, Orange...), de la bancassurance (Société générale, Caisse d'Epargne, Allianz...) et du IT (Sage..). ID CONTACT est membre de l'AFDEL.

Pour en savoir plus : www.idcontact.com