

## Offrez des informations et des expériences clients exceptionnelles grâce à des données fiables

### Connaissez vos clients. Offrez des résultats supérieurs.

Les clients exigent désormais une expérience d'achat exceptionnelle, en ligne, en magasin ou par téléphone. Les détaillants, distributeurs et magasins, dans le monde entier, doivent s'adapter à « l'ère du client ». Le client aujourd'hui dispose en effet de toujours plus d'options et peut facilement passer d'une marque à une autre pour trouver le bon produit. Selon [Salesforce](#) 76 % des clients estiment désormais beaucoup plus facile de changer de fournisseur afin de trouver l'expérience correspondant à leurs attentes.

Si les clients exigent des expériences réellement personnalisées, il appartient aux détaillants de fournir de telles expériences. Un engagement effectif s'appuie sur des données de haute qualité permettant de connaître les clients. Or capturer et assurer la maintenance des données client s'avère de plus en plus difficile. La croissance explosive des données, combinée à la fragmentation des informations client (dispersées sur de multiples canaux) aboutit à des informations incomplètes, périmées ou en double.

Pour pouvoir offrir aux clients la personnalisation qu'ils attendent, vous devez disposer de données fiables et d'une vue unique et unifiée du client. Vous risquez sinon d'obtenir des enregistrements fragmentés avec des données erronées ou en double.

Avec des enregistrements client complets et fiables, vous pouvez :

- Obtenir des informations permettant un ciblage de précision.
- Personnaliser la communication et l'expérience client.
- Optimiser les campagnes et accroître les ventes.
- Réduire les retards et les erreurs de facturation et améliorer le support.

Vous pouvez créer une vue cohérente de vos prospects, acheteurs, partenaires et fournisseurs avec des données actualisées, exactes et fiables. En tirant parti d'une solution qui regroupe et gère les données critiques de multiples systèmes, vous améliorez l'analyse tout en autorisant l'agilité opérationnelle.

### Une vue unifiée : CMDM pour la distribution

La solution de gestion des données de référence client (CMDM) de Stibo Systems vous aide à atteindre les buts stratégiques de votre entreprise en créant un référentiel central pour le marketing, les ventes, le service, le support et beaucoup d'autres types de données. Vous pouvez utiliser les données issues de plusieurs systèmes en silo pour créer des informations client cohérentes. Le CMDM assure une vision client à 360° en connectant, à des données client exactes, des données transactionnelles, comportementales et sociales. Cette vision à 360°, alimentée par un « golden record », ou enregistrement unifié du client, offre des expériences fluides sur tous les canaux. Selon le cabinet de conseil [McKinsey](#) cette vision unifiée peut augmenter de 20 % la satisfaction client.



La vue à 360°, alimentée par les données client...  
...peut augmenter de 20 % la satisfaction client.

Le CMDM autorise en outre une meilleure analyse. Les équipes en charge de l'examen et du reporting des programmes de publicité, des campagnes de marketing et des initiatives de ventes incitatives et croisées, peuvent remplacer des profils fragmentés, en double et obsolètes par des enregistrements de haute qualité.

Les données peuvent en outre être enrichies pour construire des profils de clients et des profils d'organisations complets, avec des champs de données relatifs à l'entreprise, à la hiérarchie et à d'autres informations de valeur.

Avec le CMDM, vous pouvez :

- Éliminer les silos et connecter les données de systèmes séparés (p. ex., marketing automatisé, CRM, ERP).
- Améliorer la qualité des données, leur cohérence et leur fiabilité.
- Découvrir, créer et gérer les relations entre les données.
- Améliorer la gouvernance des données et leur coordination (stewardship).
- Mettre en place les normes de conformité.
- Optimiser les processus informatiques et la distribution des données.
- Améliorer la visibilité, l'analyse et les connaissances.

### Les avantages pour l'entreprise

Le CMDM offre une méthode complète pour créer un Golden Record, ou enregistrement unifié, qui sert de point de référence unique. Vous disposez ainsi d'une parfaite compréhension de vos acheteurs ou prospects, de leurs préférences et de leurs comportements pour des initiatives informatiques et métier axées sur le client.

### Expériences différenciées

Offrez le bon produit ou service, la bonne remise ou garantie, au bon moment et sur le bon canal. Les sociétés traditionnelles peuvent utiliser de nouveaux modèles d'entreprise et passer de la distribution en magasin à l'engagement omnicanal qui permet de « poursuivre la conversation » depuis les réseaux sociaux jusqu'au magasin et au site web.

### Marketing personnalisé

Améliorez vos messages et réalisez des campagnes rémunératrices à l'aide d'enregistrements qui détaillent précisément l'audience ciblée. Fournissez des publicités, des recommandations et un contenu personnalisés, en fonction de données spécifiques. Réduisez les coûts en évitant les mailings redondants ou l'envoi d'e-mails aux mauvais contacts. Plus important, évitez d'utiliser des coordonnées inexactes entraînant une mauvaise image de marque.

### Commerce électronique

Intégrez les données du web, des systèmes CRM, du marketing automatisé et des mobiles et déterminez avec précision les préférences des clients en ligne. Avec une vue client complète indiquant notamment l'historique d'achats et de navigation, suggérez à vos clients, de façon proactive et personnalisée, les produits

correspondant à leurs besoins.

### Fidélité et satisfaction client

Améliorez vos programmes de fidélisation et vos centres de services en utilisant les données complètes de vos clients. Vous pouvez fédérer les centres de services et réduire les temps d'attente grâce à des enregistrements précis, partagés dans toute l'entreprise.

**Le CMDM apporte aux entreprises des fondations fiables pour les données afin d'améliorer les systèmes ERP, CRM, de marketing**

### Retours réduits

Réduisez les erreurs de facturation et d'expédition — et les retours — grâce à la collecte, la gestion, la publication et le partage efficaces des informations client et des produits associés. Supprimez les descriptions et les images produits incomplètes, inexactes ou manquantes et fournissez des informations précises assurant la satisfaction des acheteurs sur votre site web.

### Réduction des risques

Surveillez, communiquez et imposez la conformité grâce à la compréhension des identités clients et de leur consentement et en sachant quelles données personnelles sont recueillies et utilisées et de quelle façon. Déterminez également d'où proviennent les données, qui les utilise et quel est leur temps de validité.

### Des fondations fiables pour vos données client

Le CMDM de Stibo Systems apporte des fondations fiables pour les données garantissant leur intégrité afin d'améliorer les systèmes ERP, CRM, de marketing automatisé et d'autres systèmes métier. Le CMDM permet une vue à 360° du client tirant parti de puissantes fonctionnalités d'identification et de traitement des doublons. Le CMDM identifie également les données erronées et crée des enregistrements complets avec des capacités de profilage, de nettoyage et d'enrichissement sans équivalent. Résultat : vous connaissez vos clients, où qu'ils se trouvent sur le parcours client et vous pouvez personnaliser leurs expériences.

[En savoir plus](#) sur la façon de tirer parti du CMDM pour fournir des informations et des expériences exceptionnelles dans le contexte de la [distribution](#).

### À propos de Stibo Systems

Stibo Systems estime que l'avenir des entreprises exige un « Digital Business Core » composé de données opérationnelles, continuellement façonnées et distribuées, pour produire des résultats métier supérieurs. Des centaines d'entreprises innovantes, dans le monde entier, s'appuient sur les solutions de Stibo Systems. Ces entreprises ont libéré toute la valeur de leurs informations et permettent à leurs utilisateurs métier d'agir en ayant toute confiance en leurs données, de s'adapter rapidement à l'évolution des conditions du marché et d'aller plus loin, pour anticiper les prochaines étapes. Stibo Systems est une filiale privée du groupe Stibo A/S, dont les origines remontent à 1794. Le siège social de la société est situé à Aarhus, au Danemark.