

La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

La collecte et
qualification de
donnée client par le
jeu concours



La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

SOMMAIRE

- 1) UNE PRISE DE CONSCIENCE
- 2) LA DEFINITION D'OBJECTIFS
- 3) QUELS OUTILS ?
- 4) QUELLES OPÉRATIONS MARKETING ?
- 5) RETOUR SUR EXPÉRIENCE
- 6) ET APRÈS ?

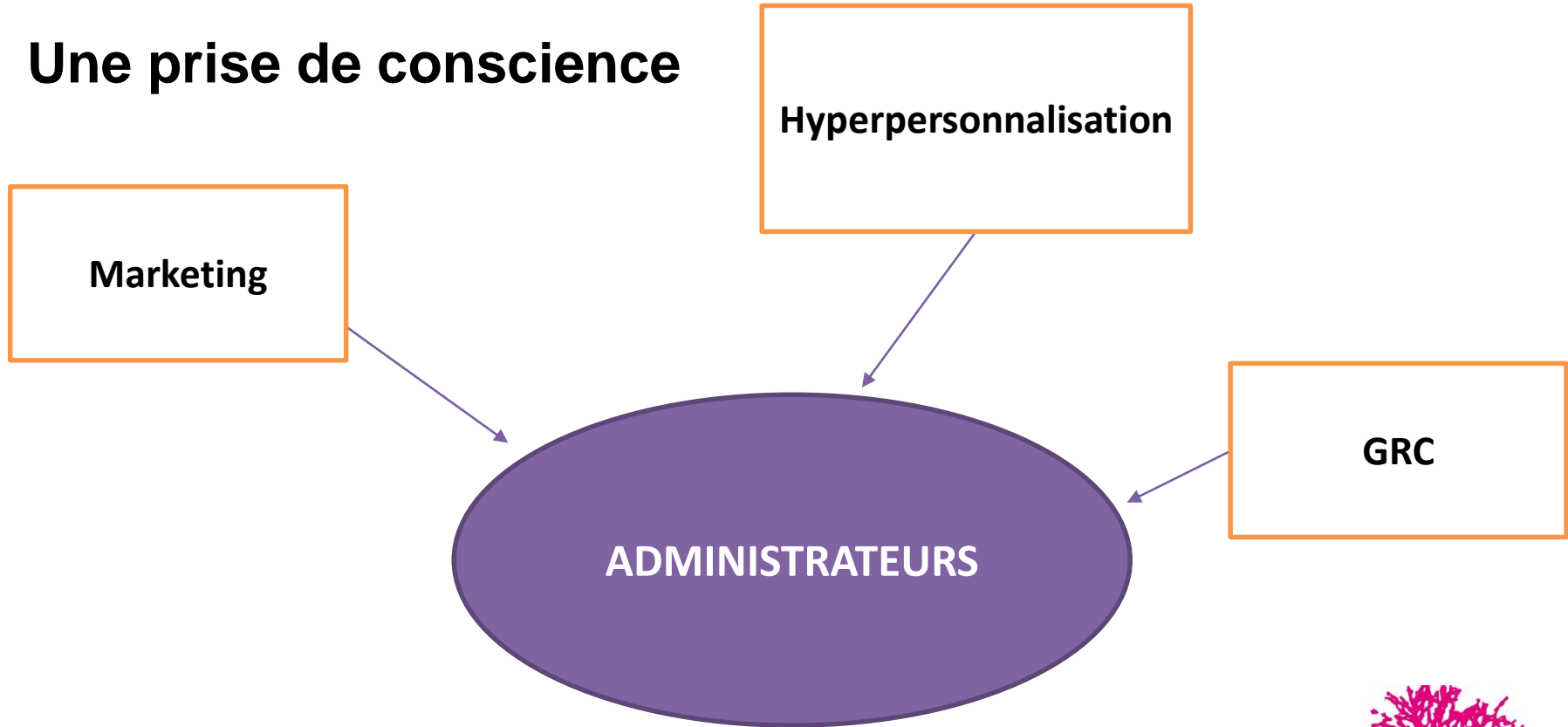


La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

Une prise de conscience

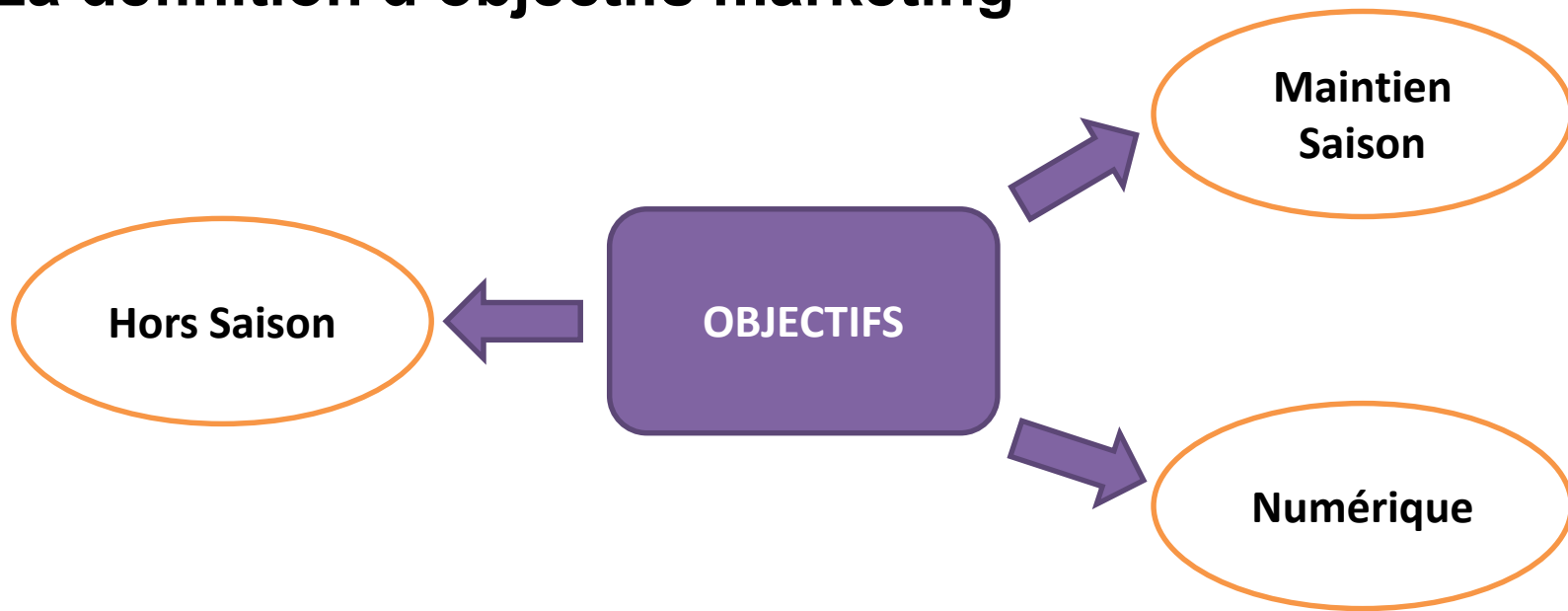


La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

La définition d'objectifs marketing



La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

Le recours à un atelier



La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

Quels outils ?

SPREAD



Spread [sprèd]

Nom hors du commun 1. Solution vous permettant (pour de vrai) de connaître et de fidéliser (enfin) vos clients. Exemples d'usage : "Grâce à Spread, mes commandes ont triplé" / "Quoi ? Tu n'as pas Spread sur ton site ? #VDM"



La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

Quelles opérations marketing ?

Quizz



Vote joueur de
rugby



Calendrier de
l'avent



#BISCANOËL

Découvrez chaque jour une offre surprise !

C'est Noël à #BISCA ! Du 01 au 24 décembre venez profiter d'offres exclusives chez vos commerçants et restaurateurs locaux en vous inscrivant au calendrier de l'aveugle #BISCA et tentez de gagner une enceinte BOSE SoundTouch 10 par tirage au sort* le 24 Décembre ! Découvrez chaque jour une offre surprise !

*Résultat du tirage au sort dans le courant de la semaine 52

Vous avez loupé une offre? Consultez les sur notre page #BISCANOËL

[Page #biscanoël](#)

Cliquez sur la date du jour



① Cliquez sur la date du jour

#BISCA

La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

Stats « Calendrier de l'avent »

787 participants
uniques

539 nouveaux
profils CRM

180 fans en +



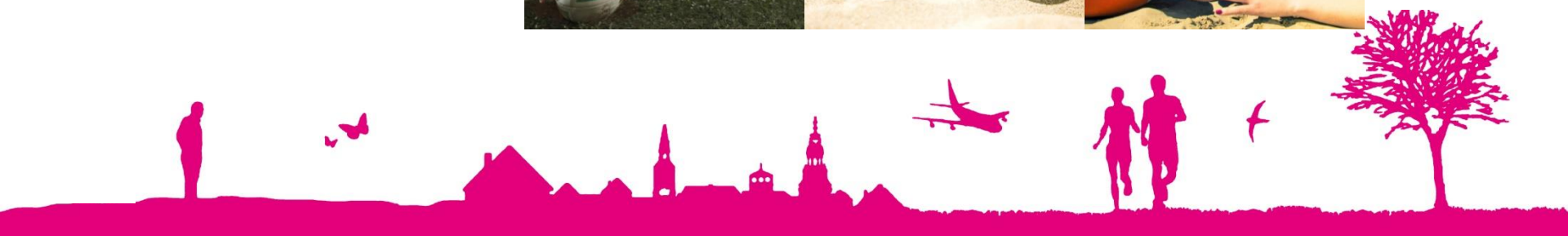


La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

Quels outils ?



La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

CUSTOMER FAMILY (Au 1^{er} janvier)

5 500 profils qualifiés

80% en opt-in

Coût contact qualifié

0,33 €

→ Investissement année 2015 : 1 800 € (Pour 6 mois et 2 opérations marketing)



La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

CONSTAT

+++	---
<ul style="list-style-type: none">• Clés en main• Investissement moindre• Considération des prestataires	<ul style="list-style-type: none">• Solution peu adaptée• Non propriété de la base CRM• Canaux d'information limités• Pertinence graphique• Qualification de la base par RS uniquement

- Penser à l'effet de « Saturation client »



La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

Et après ?

AMBITIONS

- Segmentation de la clientèle et de l'offre
- Envois ciblés



La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

Et après ?

Newsletter

Playlist

Anniversaire



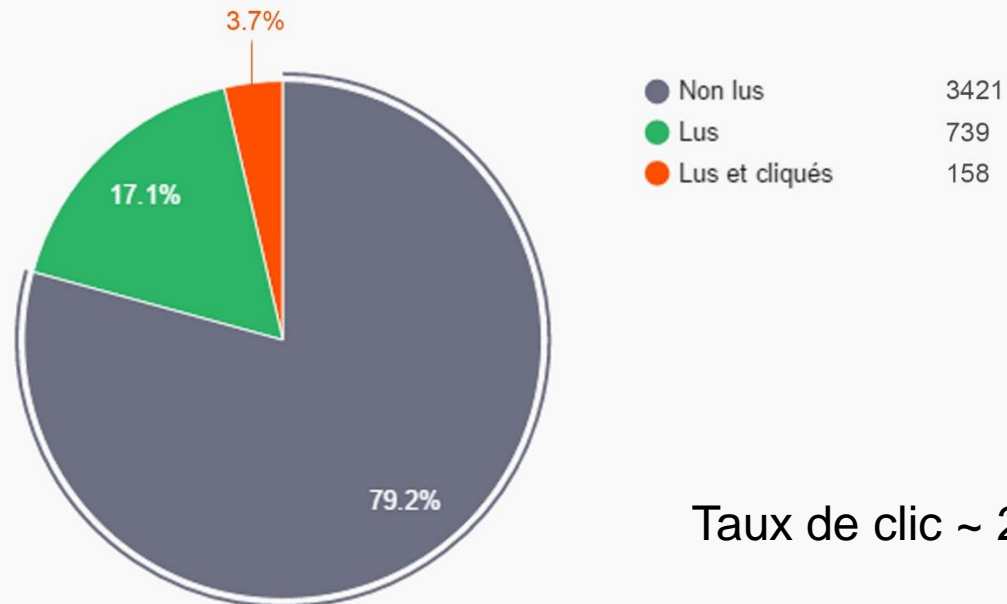
La GRC

31 Mars 2016 - Dax

#BISCA

STATISTIQUES DETAILLÉES MAILING BISCARROSSE

16 FÉVR. 2016



Taux de clic ~ 21 %



**Merci de
votre
attention**

OFFICE DE TOURISME

#BISCA

