

SAS® Marketing Optimization : offre d'accompagnement à l'implémentation

I. Enjeux du projet

Les opérations de marketing et de promotion sont souvent coûteuses. Dans un contexte de forte concurrence, de sur-sollicitation, de volatilité des consommateurs et de recherche de leviers de rentabilité, elles doivent faire la preuve de leur intérêt économique. Afin de s'assurer un retour sur investissement élevé, il est impératif que les bonnes cibles et les bonnes offres aient été identifiées. Pour aider les entreprises à réussir leurs opérations de marketing et de promotion, SAS propose une gamme de solutions complète permettant de gérer, d'automatiser et d'optimiser les campagnes marketing.

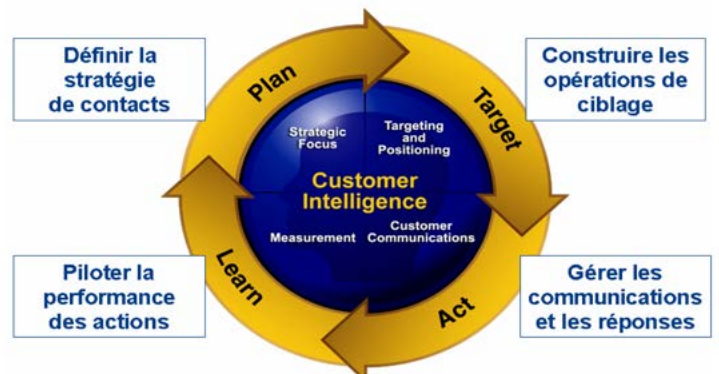
II. Atouts de la solution proposée par SAS

SAS s'appuie sur la puissance de ses outils analytiques et de son système de gestion de données pour proposer une solution qui gère l'ensemble du processus de ciblage, de planification, de pilotage et d'optimisation des campagnes marketing.

III. Atouts de l'offre d'accompagnement proposée par SAS

La mise en œuvre des solutions de SAS repose sur une équipe technique et fonctionnelle rompue à cette problématique.

La démarche de mise en œuvre se décompose en quatre étapes :



1. Définir la stratégie de contacts

- Identifier les segments de clients à plus fort potentiel / risque,
- Définir et planifier ses programmes marketing,
- Déterminer l'allocation optimale des ressources financières,
- Définir des règles de pression commerciale min. / max. par segment,
- Définir les objectifs / ROI par ligne de métier,
- Définir les volumes d'offres attendus.

2. Construire les opérations de ciblage

- Raccourcir les délais de construction grâce à des catalogues de ciblage / campagnes réutilisables,
- Calculer dynamiquement des indicateurs client prédictifs,
- Isoler automatiquement des groupes de contrôle,
- Définir les règles de priorité inter-campagnes.

3. Gérer et optimiser les communications

- Construire des campagnes multi-canal, multi-vagues,
- Interpréter le comportement client pour gérer les réponses induites,
- Garantir le bon dimensionnement des volumes d'opportunité émis vers les réseaux commerciaux,
- Gérer la personnalisation des messages envoyés aux clients,
- Exploiter l'interactivité des media électroniques (email / SMS).

4. Piloter la performance des actions

- Croiser les indicateurs de performance avec l'ensemble des données client,
- Analyser la performance du plan marketing en croisant les différentes dimensions métier,
- Suivre le comportement des groupes de contrôle,
- Mesurer la rentabilité des actions marketing,
- Diffuser des rapports personnalisés en fonction du profil métier.

IV. Prochaines étapes

Vous souhaitez mettre en œuvre cette démarche avec SAS Consulting, qui sont vos contacts ?

Pour avoir plus de renseignements sur la démarche de mise en œuvre de notre solution SAS Marketing Optimization, contactez le département Services Clients de SAS France :

Par email : services@fra.sas.com

Par téléphone : 0820 20 30 59 (Numéro Indigo, 0,09 € TTC / min)



Restez informé(e)...

Pour recevoir occasionnellement par email des informations ciblées sur vos centres d'intérêt :
www.sas.com/emailpreferences/optin.html