



# Orchestration du marketing cross-canal

Réunifier canaux de communication  
et canaux de vente

Le module orchestration cross-canal de la solution Generix Sales Marketing assure la synergie entre marketing relationnel et marketing des ventes pour piloter et automatiser, en central et en local, l'ensemble du cycle de vie client.

Les outils de marketing relationnel se limitent à l'orchestration des canaux de communication et ne font que difficilement le lien avec les canaux de ventes. Il en résulte un manque de réactivité et de flexibilité pour orchestrer les étapes du parcours d'achat dû à des synchronisations multiples, sources de difficulté.

## Automatiser les parcours d'achat

Les marketeurs sont en quête de modélisation et de visibilité sur les parcours d'achat. A travers la synergie entre communication et vente, **Generix Sales Marketing** est à même d'assurer des parcours d'achats sur mesure et de créer des opportunités nouvelles. En effet, lorsqu'un évènement client se produit (évolution information client, utilisation d'un avantage, abandon de panier, etc.), la solution déclenche automatiquement, en temps réel ou programmé, une action qui peut être soit interne à **Generix Sales Marketing**, soit externe, par exemple un outil de marketing relationnel.

Les équipes marketing ont ainsi accès à des capacités nouvelles : envoi d'un message suite à un panier non finalisé, relance de communication autour d'un avantage non utilisé, envoi par mail, après une vente en magasin, d'un ticket de caisse associé à de nouvelles offres promotionnelles. Les échanges et l'expérience client sont alors fluidifiés.

## Piloter en central et en local

Dans un monde qui tend vers l'omnicanal, les enseignes subissent les effets d'une organisation complexe pouvant être multi-enseignes, laissant peu de place au local ou à l'inverse sans pilotage central. Un jeu de pouvoir dommageable se met en place entre central et local. Pour faire face à ce phénomène, **Generix Sales Marketing** s'adapte aux organisations les plus complexes : multi-enseignes, intégrant des franchisés, présentes sur les canaux digitaux et traditionnels. A travers une cartographie visuelle du réseau de distribution associée à une gestion fine des droits pour chaque entité, le distributeur a la capacité de paramétrer l'accès aux données clients, produits ou offres, selon les entités, allant jusqu'à la définition en central et/ou en local des règles d'animation commerciale et de fidélisation. Par conséquent, les équipes marketing locales sont à même de créer ou de valider les évènements d'animation commerciale applicables à leur entité à partir d'un espace partagé de définition de règles d'animation commerciale et de fidélisation.

## Mesurer les résultats en temps réel

Les enseignes rencontrent des difficultés à évaluer le retour sur investissement des actions marketing qui nécessitent d'être justifiées. **Generix Sales Marketing** facilite la mesure des performances des actions marketing au sein du cycle de vie client en reliant résultats des ventes et campagnes marketing. La solution fournit une série de rapports standards de suivi d'activité. Les marketeurs bénéficient par exemple des résultats mensuels des opérations commerciales menées pendant une période définie

quelque soit le canal de vente. Les équipes marketing sont également capables de suivre les chiffres clés des campagnes de fidélisation ou l'historique des mouvements de points d'un client sélectionné. D'autre part, pour des analyses plus pointues, les enseignes sont en mesure d'accéder aux données issues des parcours de ventes cross-canal et de les mettre à la disposition des outils de business intelligence ou de data visualisation.

**Generix Sales Marketing** garantit ainsi une véritable cohérence entre résultat et investissement pour les animations commerciales et de fidélisation.

## Principaux bénéfices

- » **Modéliser et automatiser** finement les étapes des différents parcours d'achat en réagissant en temps réel à chaque nouvelle interaction avec le consommateur.
- » **Créer la synergie** entre canaux de communication et de vente en reliant les résultats des ventes aux campagnes marketing
- » **S'adapter** à une organisation multi-enseignes, intégrant des franchisés et des canaux digitaux et traditionnels en rendant les données clients facilement accessibles à toutes les entités
- » **Définir** en central et/ou en local les règles d'animation commerciale et de fidélisation
- » **Mesurer** les performances des actions marketing au sein du parcours d'achat du client

## Fonctionnalités clés

-  **Espace partagé de définitions de règles d'animation commerciale**
-  **Gestion avancée des droits d'accès**
-  **Interactions et appel temps réel des outils tiers**
-  **Vision à 360 du client sur l'ensemble des canaux**
-  **Cartographie visuelle du réseau de distribution**
-  **Rapports métiers personnalisables**
-  **Déclencheurs sur tout type d'interaction client**

### Quelques références de la solution

Armand Thiery, Cultura, Vêt'Affaires, Oxybul, Maisons du Monde, Feu Vert, Distriplus, Nature & Découvertes, Triskalia, Euralis, Even et La Grande Récré.