

Une solution personnalisée d'intelligence Marketing développée par GMS

Dans un contexte économique incertain, les entreprises se doivent, plus que jamais, d'être à l'écoute de leur marché et d'en lire et prédire les évolutions. La réactivité face aux concurrents et la réponse instantanée aux demandes des consommateurs est aujourd'hui un impératif pour toute entreprise souhaitant se développer. Cette nécessité implique de nouvelles méthodes de collecte des données et d'analyse de marché en temps réel permettant des prises de décisions immédiates, les schémas classiques d'études et de panels n'offrant plus la pertinence et la diligence requises.

GMS, spécialiste de la relation client externalisée depuis près de 20 ans, a développé, pour ses clients, des solutions personnalisées d'Intelligence Marketing innovantes.

Pascal Favier, fondateur et Président de GMS répond aux questions sur le fonctionnement de cet outil innovant :

a) En quoi l'Intelligence Marketing constitue-t-elle aujourd'hui un enjeu capital pour les entreprises ?

« Depuis les années 80, le comportement du consommateur a considérablement évolué et le développement de nouveaux modes de distribution comme le e-commerce a généré une grande volatilité de la clientèle : l'accès facile à une offre mondiale a rendu le client moins fidèle. Ceci s'est encore accentué à la faveur de la crise, les comportements d'achats sont devenus très opportunistes pour profiter des meilleures offres. Dans un tel contexte, il est crucial de « sentir » le marché au jour le jour et d'être capable d'adapter sa stratégie commerciale en conséquence. Bon nombre d'acteurs majeurs qui sont passés brutalement dans l'oubli l'ont compris à leurs dépens. »

b) Pourquoi GMS, dont le métier initial était la mise en place d'équipes commerciales externes, a-t-elle décidé d'investir dans le développement d'outils d'Intelligence Marketing ?

« Le métier de GMS n'est plus simplement la mise à disposition d'équipes de vente ; depuis 10 ans, nous avons considérablement élargi notre champ d'intervention. Aujourd'hui, nous prenons en charge, pour le compte de nos clients, toutes les étapes du cycle de vente : avant-vente, ventes, approvisionnement/logistique et après-vente, ce que nous appelons « Régie Commerciale ». Dans ce cadre, nous avons toujours offert à nos clients des outils de reporting spécifiques et nous considérons que l'accompagnement marketing fait partie de notre mission. Nous bénéficions par ailleurs en interne de compétences spécifiques en matière de traitement de données et de programmation car nous avons également une activité de SSII. Nos équipes sur le terrain représentent un effectif de près de 300 personnes qui réalisent en moyenne 1000 visites en Points de Vente par jour, ce qui constitue une source d'information marketing considérable. »

c) Quelles sont les avantages de vos outils pour vos clients ?

« Toutes les données collectées par nos équipes sur le terrain (prix, présence/facing, part de marché, ventes, stocks/ruptures, promotions, verbatim, photos de linéaires...) sont remontées en temps réel via notre outil intranet. Chaque client a ainsi la possibilité de connaître instantanément sa situation concurrentielle et son évolution dans le temps. Toutes les statistiques et rapports sont personnalisables selon les souhaits du client, par exemple, il peut ainsi connaître l'évolution de sa DN ou part de marché détenteur dans une enseigne et dans une région donnée. Compte tenu de la taille de l'échantillon de référence (1000 Points de Vente visités par jour), les clients bénéficient d'un outil beaucoup plus puissant et significatif que n'importe quel panel (les panelistes ne travaillant en général que sur un échantillon de quelques dizaines de magasins et ne publient les résultats que trimestriellement). L'accès à notre outil est bien sûr inclus dans notre prestation », conclut Pascal Favier.

A propos de GMS :

Depuis 20 ans, GMS met ses équipes d'experts à la disposition des entreprises pour les accompagner durant toutes les phases du cycle de vente et leur apporte une solution immédiate, économique et flexible pour développer leur chiffre d'affaires : la Régie Commerciale. Ce concept innovant offre tous les avantages de l'externalisation en matière de flexibilité et de réduction de coûts tout en garantissant aux clients un contrôle total sur les actions menées par un outil d'intelligence marketing exclusif et un engagement sur les résultats. Opérations commerciales ou techniques, missions ponctuelles ou permanentes, GMS intervient sur de nombreux secteurs d'activités comme les télécoms, l'électronique grand public, l'automobile, les services financiers, la santé...

Acteur majeur de la relation client externalisée, GMS emploie un effectif de près de 400 collaborateurs sur toute la France et réalise un CA de près de 20m€.

GMS compte de nombreuses références dont BOSH, VIRGIN mobile, CASIO, BLACKBERRY, MC DONALD, TOSHIBA, BELKIN, RICOH, IKEA, NESPRESSO, BABYLISS, ORANGE, BOUYGUES TELECOM, CARGILL, ACCOR, SOMFY, ELECTROLUX, ROCHE, TEXAS INSTRUMENTS, NUMERICABLE, PFIZER ...

www.gms-sa.com

Contacts presse

Charlotte Javelle / Adeline Babel
01 41 11 35 40 - charlottej@oxygen-rp.com