



COMMUNIQUE DE PRESSE

Selligent unifie et automatise la communication interactive multicanaux

Paris, le 27 mars 2009 – Les résultats de l'étude menée par Markess International sur l'optimisation de la gestion des interactions client avec internet et le mobile confirment la pertinence de l'offre de Selligent. D'ici 2010, en complément du téléphone, le web, l'e-mail et les terminaux mobiles deviendront les canaux privilégiés pour interagir avec le client. Ils soulèvent d'ores et déjà de nombreux enjeux en termes de relation client. Selligent propose dès à présent aux organisations et entreprises une offre parfaitement adaptée à ces nouveaux enjeux.

Markess a mené une étude pour identifier les tendances et enjeux de la relation client d'ici 2010. Cette étude se fonde sur l'analyse quantitative et qualitative des réponses fournies en ligne début 2009 par 250 responsables et décideurs au sein d'organisations privées et publiques.

Montée en puissance inéluctable du web et de l'e-mail, volonté de développer des services via le mobile, besoin d'intégration et de mise en cohérence des différents canaux... autant de tendances identifiées au cours de cette étude et auxquelles Selligent apporte une réponse avec sa gamme de solutions, dont Selligent Interactive Marketing. Parmi les enjeux de la relation client, les entreprises attendent en effet une personnalisation accrue du contact client (35%), une innovation dans les approches (30%), une évolution de l'outil CRM (28%) et une intégration plus poussée des canaux (23%). Pourtant, seuls 2% des organisations utilisent pour leurs campagnes des solutions multicanaux permettant de traiter de manière unifiée, cohérente et intégrée les interactions clients / prospects / usagers /adhérents, quels que soient les choix de canaux effectués par ces derniers. Ceux-ci souhaitent en effet pouvoir choisir eux mêmes le canal le plus adéquat pour interagir et converser avec les entreprises et organisations. Ils attendent de ces dernières des réactions cohérentes et personnalisées, indépendamment des canaux utilisés. Ils sont d'ailleurs de plus en plus nombreux à multiplier l'usage combiné des différents canaux, en fonction de leurs besoins, de leurs affinités, des moments de la journée, de leurs occupations ou du lieu où ils se trouvent au moment de converser.

Selligent a anticipé ces tendances et a enrichi sa suite CRM d'une solution multicanal de gestion des interactions en support des campagnes marketing, comme des interactions à vocation de service à la clientèle. Selligent Interactive Marketing permet aux entreprises de développer un marketing interactif, de gérer des campagnes et de dialoguer en temps réel avec le consommateur, tous canaux interactifs

confondus. En unifiant et en centralisant l'ensemble des interactions, les entreprises peuvent bénéficier d'une meilleure connaissance client, piloter des campagnes multicanaux et augmenter significativement leur performance en matière de conversion et de fidélisation client. Les solutions Selligent participent activement aux objectifs tant d'augmentation de la productivité que de réduction des coûts et de l'empreinte écologique grâce à l'automatisation des processus et à la dématérialisation des flux papiers traditionnels. Il s'agit là de sujets qui comptent parmi les objectifs prioritaires poursuivis par les organisations interrogées.

L'essor de l'utilisation du web, de l'e-mail et des terminaux mobiles tend à modifier le modèle économique de la commercialisation des offres. Cette étude confirme la pertinence des choix stratégiques de Selligent et leur adéquation aux nouveaux usages des organisations. Les solutions Selligent ont la particularité d'être accessibles tant sous forme de licences que de solutions SaaS, rémunérées sous la forme d'un loyer mensuel.

A propos de Selligent

Selligent édite des solutions de CRM (Customer Relationship Management) et de marketing interactif.

Depuis sa création en 1990, Selligent s'impose comme le spécialiste des solutions collaboratives qui dynamisent l'organisation, l'action et les dialogues interactifs des équipes en contact direct avec les clients, prospects et relations d'affaires.

Ces solutions permettent aux départements marketing, vente, service et conseil de développer des relations résolument interactives, performantes et durables avec l'ensemble de leurs interlocuteurs et écosystèmes.

Selligent propose une démarche unique qui allie agilité, pragmatisme et implication en support de la réussite des projets CRM de ses clients.

Implanté en France, Belgique, Allemagne et Italie, Selligent couvre la plupart des pays européens via un réseau de franchisés, partenaires distributeurs ou intégrateurs.

Pour plus d'information, consultez notre site web www.selligent.com/fr.