

# **Audi France fait confiance à ACTEL pour assurer ses opérations de marketing direct**

**Paris, le 28 mai 2010 – ACTEL, spécialiste de la Relation Client Opérationnelle, signe un nouveau contrat avec le constructeur automobile Audi France pour l'accompagner dans sa stratégie de marketing direct. Dans un contexte 2010 fort en nouveautés produits avec le lancement de nombreux modèles, Audi France a choisi ACTEL pour renforcer l'impact de ses opérations de marketing direct et conquérir de nouveaux marchés.**

## **Les objectifs de marketing direct pour Audi France**

**En 2010, Audi poursuit son offensive produit avec le lancement ou le renouvellement de nombreux modèles qui nécessiteront des opérations de marketing de grande envergure. Si 4 nouveaux modèles seront ainsi lancés -Audi R8 Spyder, Audi RS5, Audi A1 et Audi A7- d'autres seront complètement renouvelés comme la nouvelle Audi A8 sans compter des motorisations inédites ou de nouvelles technologies sur d'autres modèles de la gamme.**

Dans ce contexte, **Bruno Gisquet, Directeur marketing Audi France explique** : *« nous avons décidé d'utiliser très largement le marketing direct afin de renforcer la proximité que nous avons avec nos clients. Pour nous y aider nous avons choisi cette année d'accompagner toute opération de marketing direct par une prestation de centre d'appels ».*

L'objectif pour la marque est triple :

- o Renforcer de façon très significative l'impact du mailing ou de l'e-mailing et donc accroître les ventes immédiates,
- o Détecter de nouveaux clients potentiels séduits par la marque mais dont le projet n'est pas immédiat et constituer ainsi un vivier de clients potentiels pour les mois à venir,
- o Enrichir sa connaissance clients en alimentant la base CRM permettant la réalisation d'opérations ultérieures plus ciblées, donc moins onéreuses et à plus fort taux de transformation.

Pour remplir ces objectifs et répondre à ses enjeux, Audi France a lancé un appel d'offres début décembre 2009 auprès de différents centres de contacts.

**Bruno Gisquet** explique le choix d'ACTEL : *« ACTEL développe depuis plusieurs années le concept de la "communication orale qualitative" qui correspond parfaitement aux attentes d'Audi et à ses objectifs opérationnels pour 2010/2011. Nous voulions absolument que soient respectés lors des entretiens téléphoniques, notre positionnement, notre image et nos valeurs. Pour nous un entretien téléphonique doit être consenti*

*par l'appelé. En aucun cas il ne doit le subir. ACTEL nous garantit ces principes ».*

**François Schapira, PDG d'ACTEL précise :** « *le téléphone est un fabuleux média de communication pour autant que son utilisation soit faite dans le respect de l'interlocuteur et dans l'application sans faille des best practices de la relation client ».*

### **Les moyens opérationnels d'ACTEL**

**Pour répondre aux enjeux d'Audi France, ACTEL met en place des équipes qualifiées en totale adéquation avec les attentes de la marque.**

Pour atteindre leurs objectifs, Audi France et ACTEL ont décidé d'un planning de collaboration :

→ **Les opérations de relances de mailing :** elles s'effectueront en fonction du planning des campagnes : en principe 5 campagnes au cours de l'année 2010. Une première campagne a eu lieu en février/mars, une autre en avril et une prochaine vague est planifiée en juin.

→ **Les opérations de relances des contacts du site [audi.fr](http://audi.fr) :** elles se dérouleront en permanence toute l'année.

L'ensemble de ces opérations de marketing direct représente des volumes importants, de l'ordre de 500.000 contact BtoC.

Pour encadrer ces opérations, ACTEL a mis à la disposition d'Audi France une équipe dédiée composée d'une directrice de projet, d'un chef de projet, d'un informaticien et d'une équipe de téléconseillers et de superviseurs en fonction des volumes à traiter.

### **À propos d'ACTEL**

Créé en 1980, ACTEL est le spécialiste des prestations à forte valeur ajoutée de relations à distance qui créent une "proximité tangible" entre la Marque et ses cibles.

ACTEL conçoit et réalise des prestations de "Communication Orale", de "Services Clients" et d'Etudes & Enquêtes pour des structures privées et publiques.

ACTEL compte notamment parmi ses références Butagaz, plusieurs CCI, Dassault Aviation, le Groupe FIAT, ING Direct, LeasePlan France, Mahle IF, le Groupe Mercedes-Benz France, la Mutuelle Prévadiès, Ortho Clinical Diagnostics, Point P, Renault, SKF, Smart & Co, Speedy, le groupe VW.

ACTEL réalise en 2009 un chiffre d'affaires de 3,2 millions d'euros et gère à temps plein une centaine de collaborateurs.

En 2009, ACTEL reçoit la certification ISO 9001-2008 attestant d'un Système de Management de la Qualité conforme à ce standard international.

### **À propos d'AUDI FRANCE**

AUDI AG a vendu au total 950 000 véhicules en 2009, pour un total de 29,8 milliards d'euros et un profit de 1,6 milliard d'euros. Les automobiles Audi sont produites à Ingolstadt et

Neckarsulm (Allemagne), Győr (Hongrie), Changchun (Chine) et Bruxelles (Belgique). Le site de production d'Aurangabad en Inde a débuté la production de l'Audi A6 à la fin de 2007 et celle de l'Audi A4 au début du mois d'Octobre 2008. AUDI est présent dans plus de 100 marchés à travers le monde. AUDI AG possède aussi les filiales suivantes détenues à 100 % : AUDI HUNGARIA MOTOR, Automobili Lamborghini Holding S.p.A à Sant'Agata Bolognese en Italie, et quattro GmbH à Neckarsulm. Audi emploie environ 58.000 personnes dans le monde, dont plus de 45.000 en Allemagne. Entre 2010 et 2012, AUDI AG planifie d'investir environ de 5,5 milliards d'euros afin de soutenir l'avance par la technologie incarnée par le slogan « L'Avance par la technologie ». Audi prévoit d'élargir significativement sa gamme, pour atteindre 42 modèles en 2015.