



Quand l'ultra-personnalisation
booste la performance
commerciale et relationnelle

CASE STUDY XEROX



KISS
THE
BRIDE



Xerox est une entreprise mondiale de services, de technologies et de gestion documentaire, qui aide les organisations à transformer leur façon de gérer de l'information. Créée en 2010, son entité European Channel Group (ECG) représente son canal de distribution indirecte en Europe.

Avec un chiffre d'affaires de plusieurs milliards d'euros, ECG couvre 60% du revenu de Xerox Europe et se compose de plus de 1 100 revendeurs exclusifs ou multimarques présents dans 15 pays.



LE CHALLENGE

COMMENT DÉVELOPPER
LA PERFORMANCE COMMERCIALE
DES REVENDEURS
EUROPÉENS XEROX
ET INSCRIRE
CETTE RELATION
DANS UNE DYNAMIQUE
PARTENARIALE ?

3 ENJEUX POUR XEROX



Mieux **COMPRENDRE** les pratiques d'achat de ses revendeurs afin d'alimenter une stratégie de développement efficace car ultra-personnalisée.



Créer de la **VALEUR** via une communication plus intense, plus régulière et utile pour leur business

ACCOMPAGNER
les managers dans
leurs activités commerciales



“ Quand la data rencontre la créativité et les nouvelles technologies, c’est le mariage réussi des objectifs de communication et de ventes. ”



STRATÉGIE COMMERCIALE DÉPLOYÉE PAR LOYALTY COMPANY

ENJEUX/OBJECTIFS

AFFINER
LA CONNAISSANCE CLIENT
DES REVENDEURS XEROX



DÉLIVRER
UNE INFORMATION
À VALEUR AJOUTÉE



ACCOMPAGNER
LA FORCE DE VENTE
XEROX



STRATÉGIE

Un programme d'animation data-driven, qui capitalise sur l'intelligence des données pour booster la performance commerciale et relationnelle

Une communication ultra-personnalisée pour professionnaliser et valoriser la relation avec chaque revendeur

Un dispositif d'accompagnement des managers dans la gestion et le pilotage de leur activité commerciale

DISPOSITIFS

Une analyse approfondie des données des revendeurs

Une segmentation structurelle pour identifier et le potentiel business de chaque revendeur

La définition et le déploiement d'offres individualisées pour exploiter le potentiel de chaque revendeur

La conception, production et impression d'un magazine trimestriel entièrement personnalisé, traduit en 16 langues.

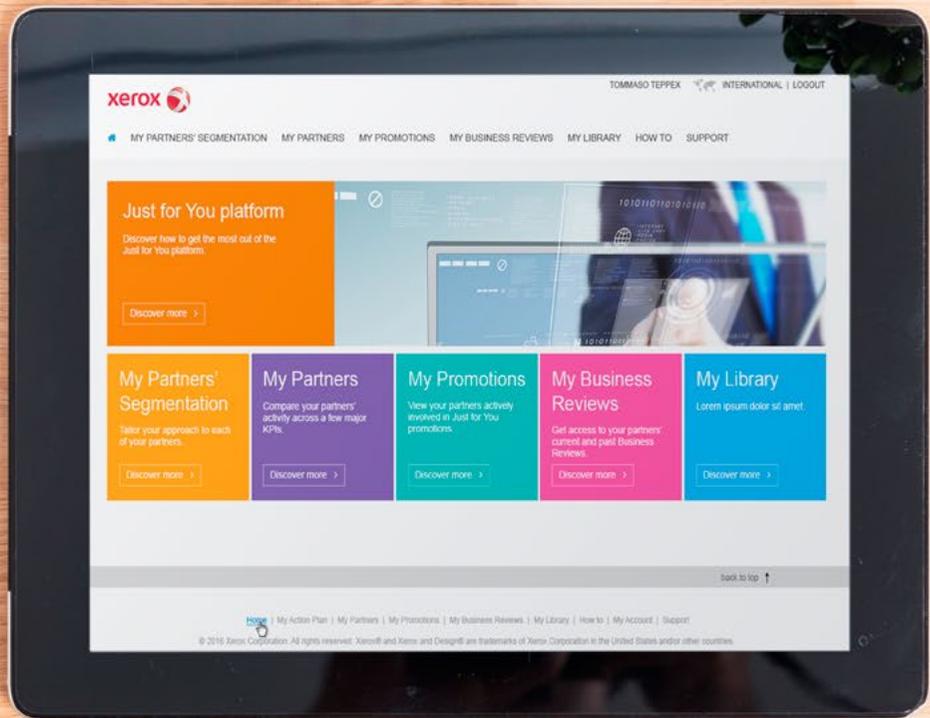
Le développement d'une plateforme « web report » pour partager la connaissance client avec l'ensemble de la force de vente Xerox et les aider à piloter leur activité.



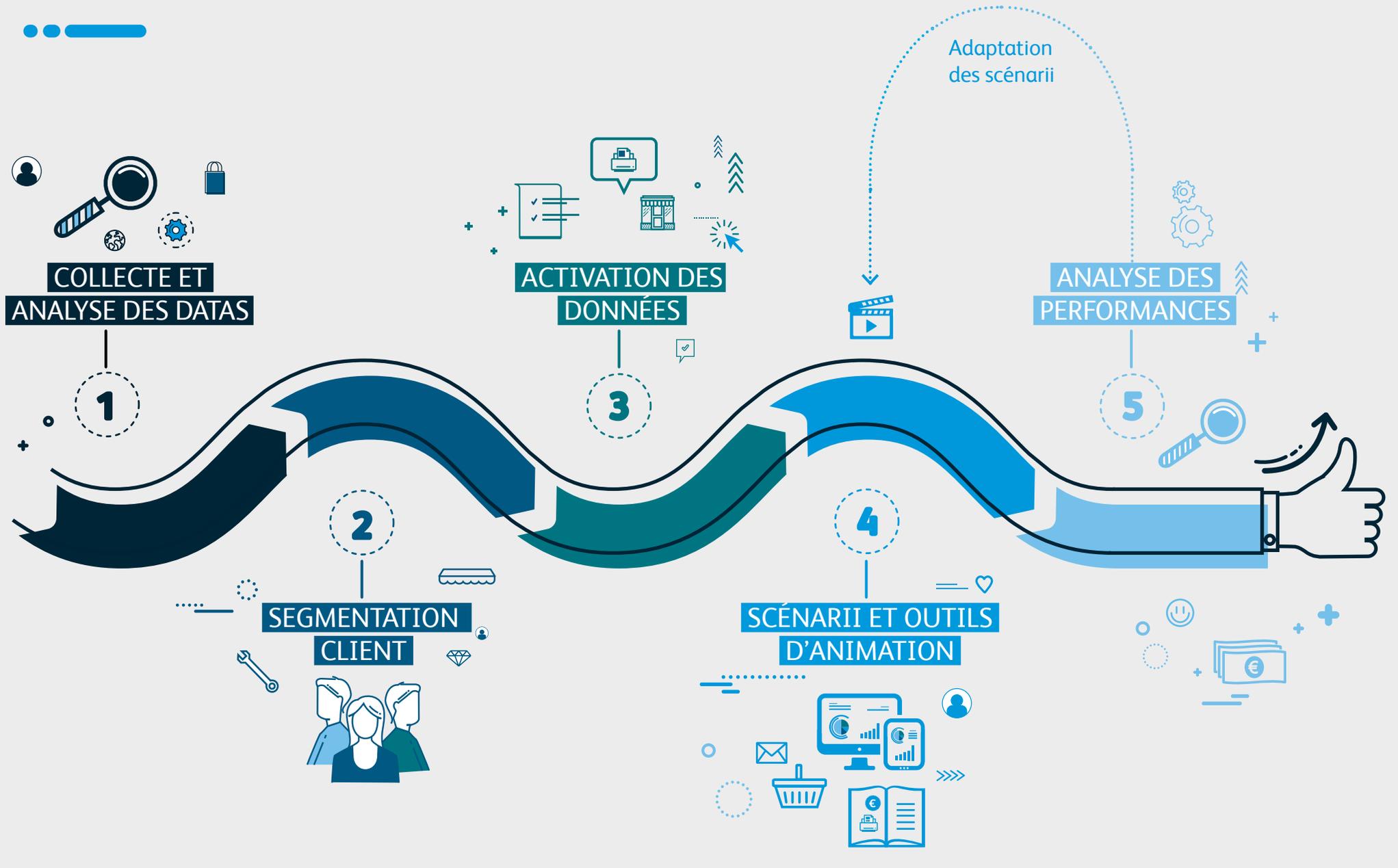
July 2015 |

Just for You, Justin

This Xerox Business Review has been specially designed for Justin Time from CPO Corp.



EN COULISSE



UN DISPOSITIF DEVELOPPÉ EN 5 ÉTAPES



1

COLLECTE ET ANALYSE DES DONNÉES CLIENTS

3 ans de données transactionnelles et comportementales ont été analysées afin de connaître et comprendre le comportement de chaque revendeur sur 15 pays européens (*achats, montants, fréquences, les opportunités de développement...*)

2

RÉALISATION DE LA SEGMENTATION CLIENT

Sur la base des enseignements tirés de cette analyse data, Kiss The Bride a conçu une segmentation client permettant de comprendre le potentiel de chaque revendeur, et définir une classification personnalisée.

3

ACTIVATION DES DONNÉES

La segmentation client a permis ensuite de définir des offres et des messages adaptés à chaque profil et potentiels business, puis d'actionner les scénarii personnalisés revendeur par revendeur.

4

MISE EN PLACE DES OUTILSD'ANIMATION

Cette segmentation client alliée à des technologies print et digitales, ont permis d'enrichir la communication entre Xerox et ses partenaires, à travers 2 supports d'animation personnalisés :

- **UN MAGAZINE INDIVIDUALISÉ :** sur une dizaine de pages, chaque revendeur accède à la fois à des offres commerciales ultra-personnalisées, des données de reporting (indicateurs de performance individuelle sous la forme de dataviz) et du contenu éditorial (actualité secteur, marché, éclairage métier...).
- **UNE PLATEFORME WEB REPORT :** elle permet à la force de vente Xerox de partager et d'accéder aux données clients, mais surtout de piloter et suivre son activité commerciale, avec des axes d'amélioration personnalisés.

5

ANALYSE DES PERFORMANCES

Le dispositif dans sa globalité est analysé systématiquement grâce aux datas, et chaque enseignement permet d'enrichir la base de données initiale et de réorienter les scénarii et leviers d'activation.

RÉSULTATS ^{1/2}



TROPHÉE
TOP/COM 2017

CATÉGORIE B TO B



UNE EXPÉRIENCE PARTENAIRE OPTIMISÉE,
DES MANAGERS STIMULÉS EFFICACEMENT

100%

DE SATISFACTION
DES REVENDEURS
ET DES MANAGERS
(ENQUÊTE INTERNE)



UN ACCÈS CONTINU
À DES BUSINESS REVIEWS
ET DES INDICATEURS CLÉS



x2

DE TAUX DE PARTICIPATION
DES REVENDEURS
AUX PROMOTIONS



RÉSULTATS 2/2



UN CHIFFRE D'AFFAIRES BOOSTÉ


4M €
DE CA
INCRÉMENTAL



+1 500
UNITÉS VENDUES
SOIT +3%
DE CROISSANCE
D'ACTIVITÉ




UN BUDGET
CONTRÔLÉ



UN DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL



Développé à l'échelle européenne dans un premier temps,
le succès du programme a conduit Xerox
à étendre ce dispositif à ses entités Graphic Communication
Operations, et plus récemment aux États-Unis.

“ Le point le plus important de ce projet reste l’alignement marketing et sales autour de la data. La donnée permet au marketing de produire des contenus et des offres ultra-personnalisées qui au final permettent à la force de vente d’améliorer leur relation commerciale ”

TOMMASO TEPPEX,
Directeur du développement international, Kiss the Bride

“ Toute transformation reste complexe. Le plus compliqué à mon sens est de la faire accepter en interne avant l’externe. C’est donc un combat permanent avec tous les services pour démontrer la pertinence et la rentabilité business de ce nouveau programme ! ”

NATHALIE TAIEB,
VP Marketing Channel Europe Xerox

ALLER PLUS LOIN :

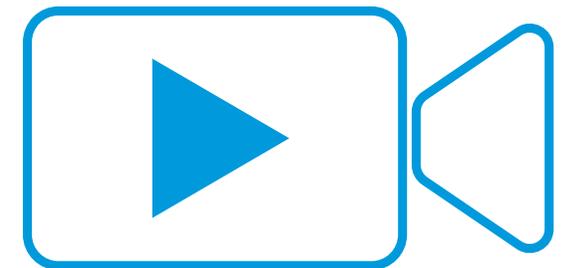


Découvrir la vidéo de présentation du programme :
<https://youtu.be/0UGgYtpxk-4>

Retrouvez les témoignages de :

NATHALIE TAIEB,
VP Marketing Channel Europe Xerox

TOMMASO TEPPEX,
Directeur du développement international chez Kiss The bride
<https://www.kissthebride.fr/work/xerox/>



VOUS SOUHAITEZ ÉCHANGER AVEC NOUS
SUR VOS ENJEUX D'ANIMATION DE RÉSEAUX ?
CONTACTEZ-NOUS !

contact@kissthebride.fr
www.kissthebride.fr

KISS
THE
BRIDE



Pour en savoir plus sur la relation clients et les enjeux du marketing relationnel, téléchargez nos livres blancs :

<https://www.kissthebride.fr/publications/>

Inscrivez-vous à notre newsletter

<http://news.kissthebride.fr/gestion-preferences>