



CROSSMEDIA

COMMUNICATION
MULTICANAL

**UNE CAMPAGNE DE
COMMUNICATION
DANS LAQUELLE LES SUIVANTS
ÉLÉMENTS SONT UTILISÉS :**

imprimés personnalisés, SMS personnalisés, sites personnalisés pour chaque client (PURL), liens aux réseaux sociaux, QR codes...

Grafo

CROSSMEDIA

Communication multicanal

Comment ça marche ?

- a. À partir de la base de données de la société, une étude des besoins de communication sera réalisée. Plusieurs groupes de clients (tranchement) seront élus et les canaux multimédia les plus adéquats seront déterminés.
- b. Ensuite, le dessin des éléments est réalisé : imprimés, SMS, URL personnalisée, newsletter, messages dans les réseaux sociaux...
- c. Puis, la campagne est développée.
- d. Les résultats de la campagne pourront être vus à l'instant sous la forme de graphiques et schèmes qui montrent d'une façon très claire l'accomplissement des objectifs et la rentabilité des investissements.

Avez-vous une base de données de vos clients ? Elle est mise à jour ? Voudriez-vous faire sa mise à jour, la polir et l'augmenter ?

Est-ce que vous avez pensé aux bénéfices de réaliser une enquête personnalisée à vos clients ?

Vous êtes intéressé par une campagne de communication multicanal en vous permettant d'augmenter la liste de clients intéressés par vos produits ?

Est-ce que vous savez qu'est-ce que c'est une campagne de communication virale ? (un client recommande votre produit à un ami ou connaissance en échange d'une contrepartie : une réduction, un cadeau ou invitation, et il est ajouté à notre base de données).

Voudriez-vous connaître l'impact de votre campagne en temps réel ? Par exemple, nombre de SMS acceptés et refusés, visites aux pages web personnalisées, recommandations à nouveaux clients...

Seriez-vous intéressé par la connaissance à l'instant du profit de l'investissement dans une campagne de communication, c'est-à-dire, le ROI ou remise de l'investissement ?

SOLUTIONS

La conception et l'exécution des campagnes multicanal ou cross-media peuvent être utiles pour :

- A. Contacter avec les clients de notre base de données.
 - Des enquêtes de satisfaction générale ou sur un service déterminé
 - Offres de nouveaux produits
- B. Réaliser des campagnes de promotion aux nouveaux clients :
 - Présentation de la société
 - Offre d'un produit en particulier
- C. Obtenir des nouveaux contacts à travers des clients habituels qui recommandent la société à leurs amis ou connaissances en échange d'un stimulant : remises, services gratuits, objets de promotion... C'est une campagne nommée virale.