

10 principes pour une orchestration de parcours clients réussie

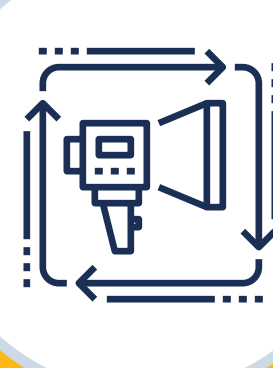
01
Privilégiez les points de contact, les messages et le contenu
— plutôt que l'activité des canaux



02
Ne soyez pas trop directif
— Faites confiance à votre équipe de terrain et donnez-lui les moyens de connaître ses clients et de prendre en main la personnalisation de l'expérience



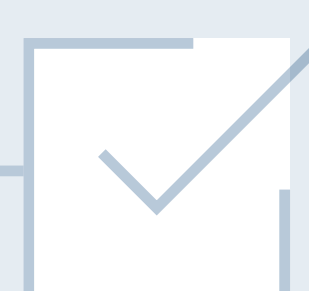
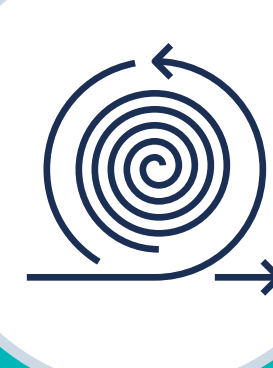
03
Accélérez la progression des parcours clients
— Grâce à l'automatisation marketing et aux "pro-chaines actions optimales". Investissez judicieusement dans ces domaines pour maximiser leur impact



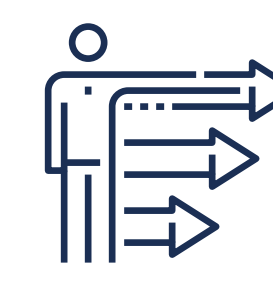
04
Améliorez la robustesse de la mesure de l'adoption
— Allez au-delà de l'auto-évaluation garantit que les bons messages soient délivrés aux bons clients au bon moment



05
Planifiez en fonction des cycles et non des événements
— Les cycles sont bien compris par les acteurs de terrain, tandis que les événements peuvent être intégrés dans la planification



06
Priorisez les clients dans les parcours
— Alignez-vous avec le service commercial sur la segmentation à utiliser pour les parcours et laissez le choix du contenu aux personas



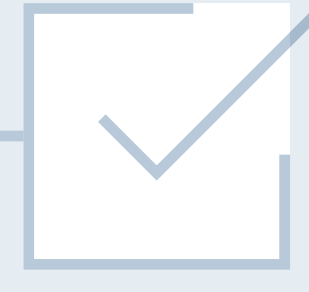
07
Restez réalistes
— Même le meilleur plan d'engagement sera ignoré par les équipes de terrain s'il n'est pas réaliste dans le cadre de leur cycle de vente habituel



08
Améliorez l'expérience de l'équipe terrain
— Prenez en compte l'UX de votre solution



09
Mesurez systématiquement les parcours
— Passez-vous de PowerPoint et concevez les parcours sur la base des données du CRM



10
Rendez l'approche évolutive et rentable
— La meilleure approche n'aura qu'un impact limité si elle ne concerne que quelques marques ou marchés



Exploitez tout le potentiel des parcours clients pilotés par le terrain en lisant le guide complet.