

MISE EN PLACE D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE E-CRM

C'est dans un contexte inédit et incertain, qu'Intermarché a fait appel aux équipes Converteo afin de mettre en place une nouvelle stratégie E-CRM intégrant les nouveaux clients et nouvelles habitudes de consommation liées au confinement.

Contactez-nous

LE DÉFI

Intermarché a souhaité renforcer son équipe E-CRM pour faire face aux nouveaux enjeux liés au confinement : une importante augmentation du **volume de clients** et un **bouleversement des habitudes de consommation**. Intermarché a fait appel à Converteo afin de renforcer **la stratégie et les processus opérationnels de l'équipe E-CRM**.

L'APPROCHE

Après un temps de formation sur les enjeux spécifiques à l'enseigne et d'analyses des impacts du premier confinement, **Intermarché & Converteo** ont pu élaborer une **nouvelle stratégie E-CRM** visant à **refondre les parcours de prospection, attrition et fidélisation des clients**. Cette stratégie a ensuite été mise en place, d'abord via la définition de guidelines (processus et mesure de la performance), puis à travers de bonnes pratiques CRM opérationnelles dans les campagnes menées jusqu'à la fin de l'année (été, rentrée, Noël), ainsi que par le biais de scénarios tactiques spécifiques.

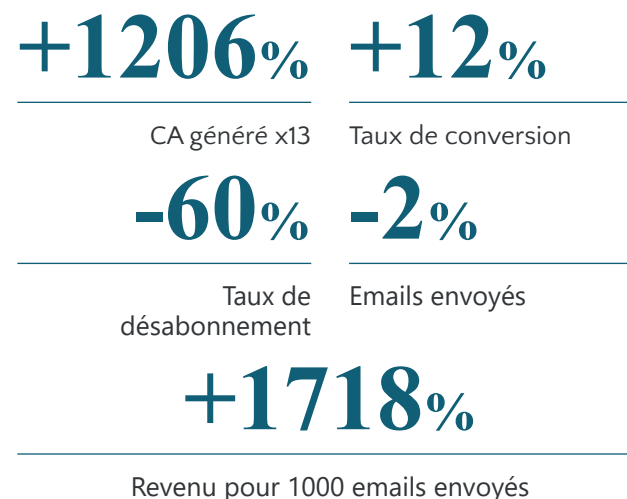
LES PROJETS TRANSVERSES IMPACTÉS PAR CETTE MISSION

La refonte de la stratégie E-CRM a impacté plusieurs équipes d'ITM :

- **Dans les équipes Data** : de nouveaux dashboards sont développés pour permettre un meilleur suivi du parcours client ;
- **Dans les équipes Marketing Client** : le lien avec les équipes E-CRM a été renforcé, pour une communication omnicanale plus efficace ;
- **Dans les équipes Media** : la donnée E-CRM est utilisée pour affiner les ciblage et gagner en performance.

LES RÉSULTATS

Sur la période Juin-Août 2020 versus Janvier-Mars 2020, en E-CRM, Intermarché a connu une forte hausse sur tous ses principaux KPI marchands :



« Converteo accompagne la direction eCommerce d'Intermarché avec succès dans un marché de la grande distribution en pleine mutation. Leurs équipes nous permettent de rester agile et d'adapter notre stratégie marketing aux nouveaux enjeux de la relation client ».

Frédéric Chacar - Head of Digital Marketing
@Intermarché