Alignez le B2B et le B2C en passant à une approche client forte pour assurer le succès de votre transformation numérique

Par Martin Trudel

Leader Exécutif
Ventes et Marketing

Louis Garneau Sports

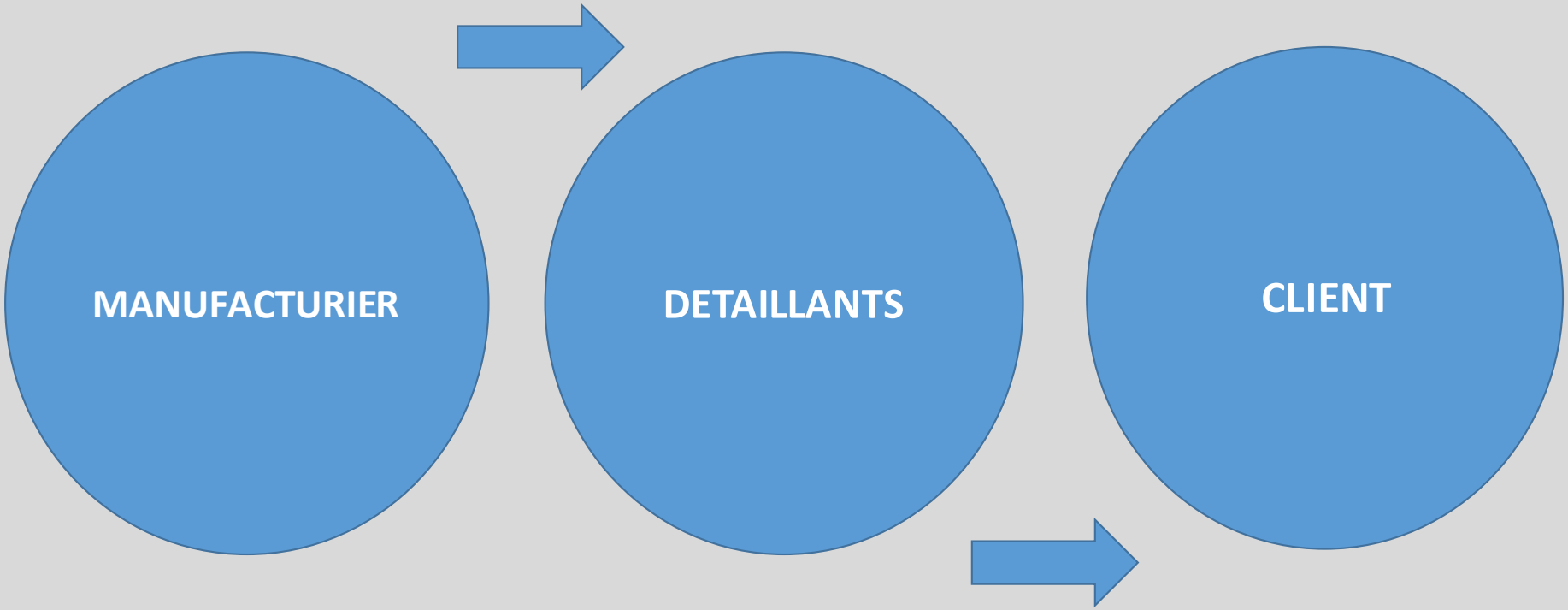
GARNEAU®

Le numérique change la donne

Jusqu'à ce changement provoqué par l'avènement de l'ère numérique, on ne souciait pas vraiment de l'expérience client car elle était assumée par notre partenaire, un intermédiaire donc a sens unique.

Maintenant que nous sommes en contrôle de notre message et de notre image à travers nos outils numériques, mettre le client au centre de nos stratégies devient essentiel, une question de survie même!

Écosystème pré-numérique



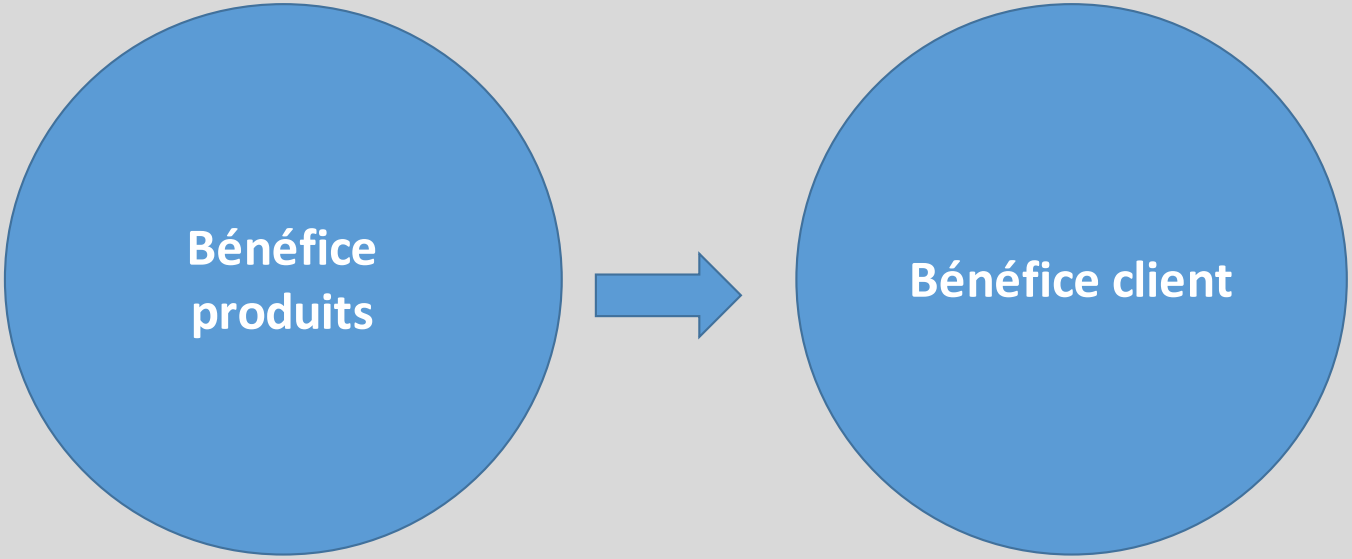
GARNEAU®

Transformation numérique

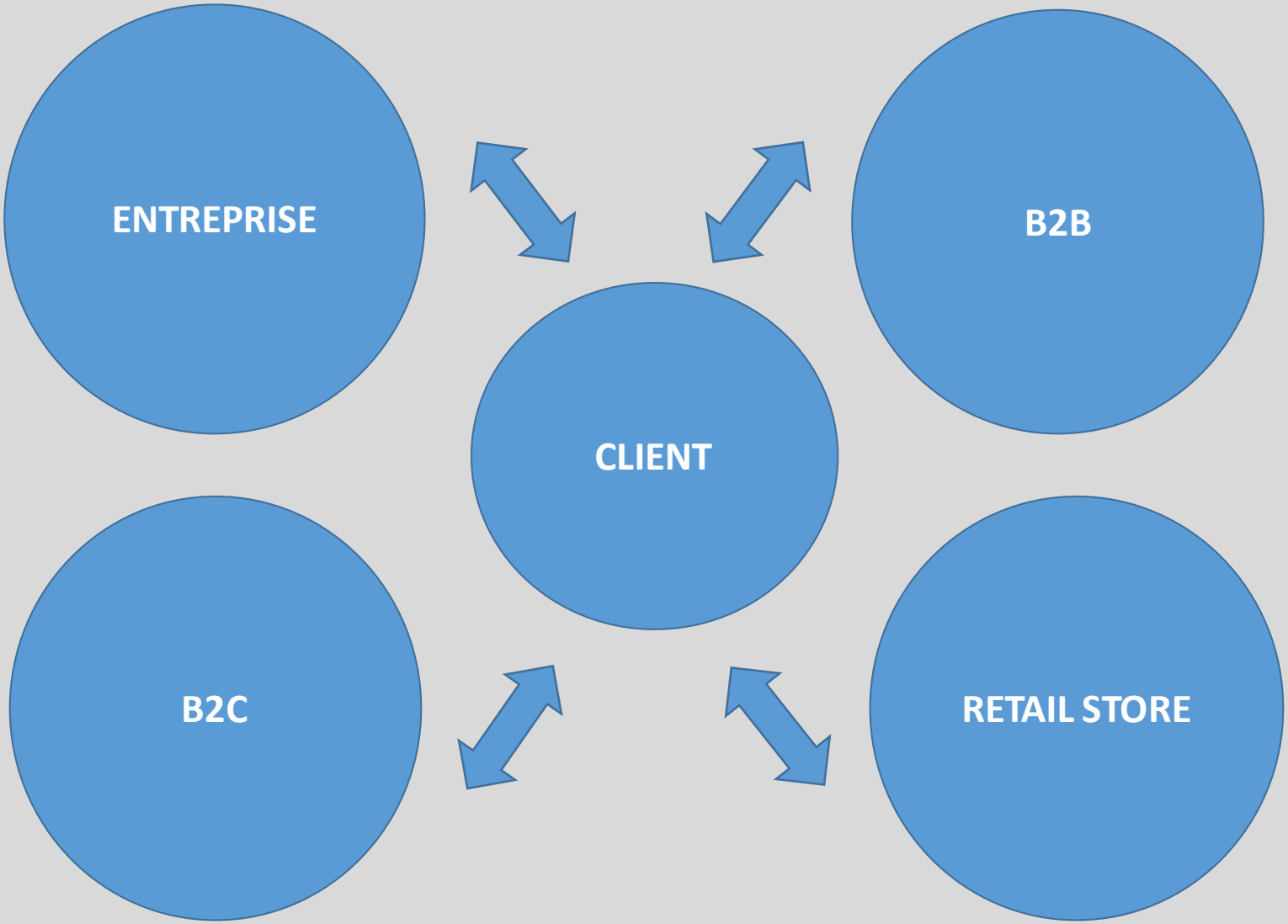
Jusqu'à tout récemment, beaucoup d'entreprises québécoises arboraient une structure dans un concept B2B, où le partenaire d'affaires était celui qui avait le lien avec le client et en contrôlait l'expérience

La transformation numérique a forcé un bon nombre d'entreprises à s'actualiser et à investir dans les nouvelles technologies, mais un problème fondamental persiste : souvent, on ne centre pas nos approches sur le client.

Changement de vision

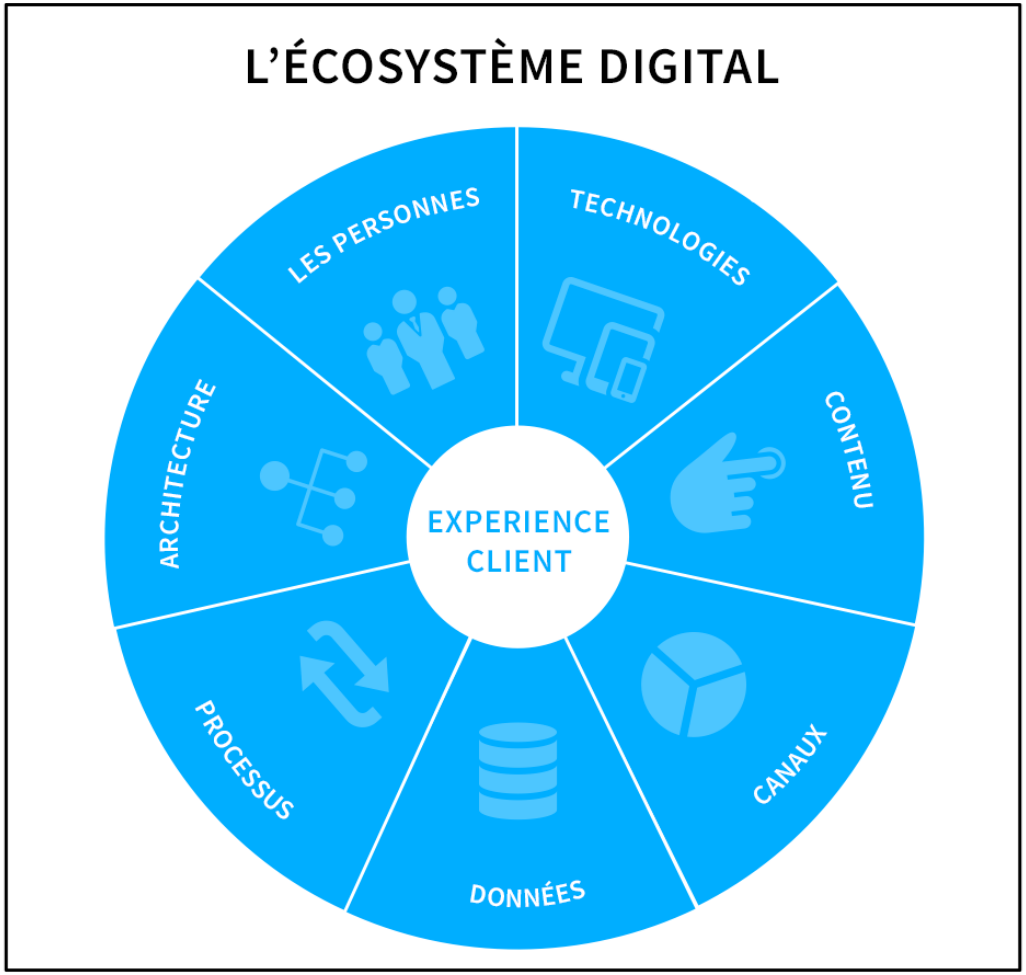


Écosystème d'aujourd'hui



GARNEAU®

Le client sollicité de toutes parts



GARNEAU®

Un virage numérique orienté client

Le client est désormais sollicité de toutes parts et reçoit des messages directement de votre entreprise, de votre site web, de vos clients B2B, et dune panoplies d'acteurs B2C, réseaux sociaux, etc.

Il devient donc difficile de transmettre un message cohérent au client.

Il est désormais impératif d'aligner l'ensemble de votre écosystème sur un message client clair. Simple? Pas si sûr!

GARNEAU®

Problématiques

- Alignement différent dans l'ensemble de l'écosystème
- Incohérence du message de la marque dans l’ensemble du marché
- Expérience client mitigée
- Rétention non soutenue

GARNEAU

D’ou proviennent-elles?

Les équipes internes travaillent trop souvent en silo et ne se parlent pas

Nous ne partageons pas nos stratégies avec nos partenaires internes et externes

Nous ne partageons pas le contenu nécessaire pour aligner le message

Les questions à se poser

Comment briser les silos internes et externes pour assurer un message cohérent aux clients B2B autant que B2C?

Quels sont les indicateurs de performance à revoir en B2C pour bien évaluer la réussite du virage?

Quelle est l'expérience client avant et après le virage numérique, transformée par le passage d'une approche produit à une approche centrée sur le client ?

Quels sont les solutions?

Comment briser les silos internes qui restreignent le partage de l'information?

- Évaluer votre structure organisationnelle
- Vos équipes peuvent-elles être supervisées par un seul gestionnaire?
- Aligner vos objectifs en pensant d'abord au client

Faire un calendrier

Produire un calendrier des activités commerciales

Regrouper et structurer les activités promotionnelles

Partager avec l'ensemble de votre écosystème

GARNEAU®

Planifier des rencontres périodiques

1. Regrouper les responsables de chaque équipe autour d'une même table de façon régulière
2. Assigner une personne qui communiquera de façon assidue le compte-rendu des rencontres et fera le suivi des livrables
3. Programmer des rencontres trimestrielles avec vos partenaires pour les informer de vos activités promotionnelles

Renforcez la ccommunication

1. Partagez votre calendrier de façon continue et continue avec l'ensemble de votre écosystème
2. Alignez votre approvisionnement et celui de vos partenaires
3. Faites un suivi sur votre échéancier et celui de votre écosystème

Évaluer les options de partage

- Outillez vos partenaires pour les rapprocher de votre transformation
- Vos informations produits (PIM)
- Votre inventaire
- Solutions intégrés pour aider vos partenaires a vendre a partir de votre plateforme

Comment bien évaluer la réussite du virage

Mettez en place des indicateurs de performance sur vos activités promotionnelles

Surveillez la performance des ventes de certains produits dans l'ensemble de votre écosystème

Sondez vos clients! Vous verrez les avantages de bien aligner votre message.

Faites un post mortem

Il est important de regarder la portée du changement comme unité de mesure

Faire des évaluations périodiques du modèle de communication et de suivi des équipes

Toujours regarder comment on peut améliorer la communication et nos actions pour mieux se parler et contrôler le message client

Résultats sur les équipes

Votre équipe prendra des décisions alignées sur le client, non sur un objectif commercial distinct

Réflexes d'équipe pour le bien de la marque et de l'entreprise

Vos partenaires feront partie de la solution et ne vous verront plus comme un compétiteur

GARNEAU®

Résultats sur le message

Meilleur contrôle de votre message à travers votre écosystème

Un message clair et précis et cohérent dans l'ensemble du réseau

Meilleur contrôle de votre marque

GARNEAU®

Résultats Partenaires

Vos relations avec vos partenaires d'affaires prendront un tournant positif

Vous comprendrez mieux leurs besoins d'affaires et serez en mesure de mieux vous aligner sur leurs besoins

Vous les aiderez à bien positionner vos produits et vos services et ce, au bon moment

Résultats Client

Il sera maintenant mieux éclairé sur vos actions et comprendra mieux vos messages

Il favorisera une meilleure rétention de votre marque vs celle qui n'est pas alignée

Il sera mieux positionné pour partager et engager sa communauté à adhérer à votre marque

GARNEAU®

En conclusion

- Alignez vos équipes sur un message clair et des objectifs communs
- Travaillez un calendrier et des objectifs en amont pour bien les partager avec l'ensemble de votre écosystème
- Évaluez votre modèle de façon régulière, sondez vos équipes et sondez vos clients

Surtout…

Laissez le client décider ou il veut acheter votre produit.

Ne pas être présent dans un canal de ventes, c'est laisser la compétition prendre votre place

Toujours se mettre à la place du client, ca après tout… c’est lui qui décide!