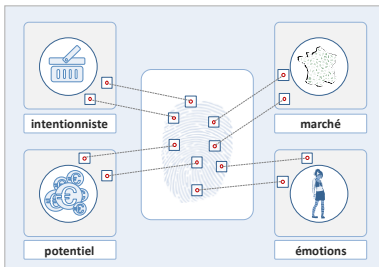
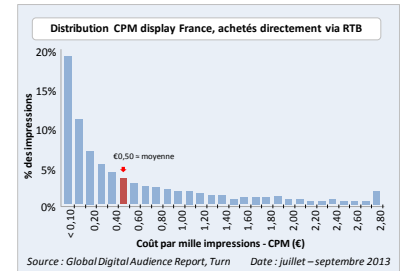


Booster le ROI de votre marketing digital par un facteur 2 ? C'est possible... en suivant 4 étapes simples :

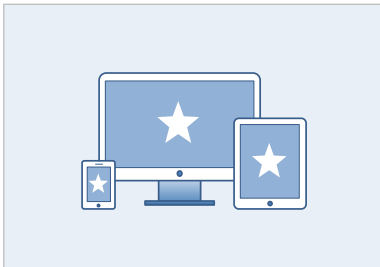
[Etape 1] Déployer les outils vous donnant un accès désintermédié aux places de marché d'inventaire display

Pourquoi payer des CPM display qui vont au-delà de €5,00 pour des campagnes ciblées ou des opérations de retargeting, alors que le prix moyen du display en France est d'environ €0,50 ? Grâce à une suite applicative composée d'une DMP, d'une DSP et d'un système de tagging « best in class », votre entreprise peut s'offrir un accès direct aux ad-exchanges. Plus d'intermédiaires... plus de déperdition de valeur... et une maîtrise totale de vos datas.



[Etape 2] Construire une empreinte digitale de vos prospects pour une relation commerciale ultra pertinente

Les nouvelles technologies marketing et CRM permettent de changer le paradigme du ciblage. Avant, le marketing se trouvait dans une logique de branding, avec des choix à opérer entre l'inventaire premium et l'inventaire de masse... Aujourd'hui, vous avez la possibilité de cibler uniquement les prospects intentionnistes qui, de surcroît, ont des empreintes digitales adaptées à votre stratégie de prospection, et ce sur les médias qui offrent le CPM le plus attractif !

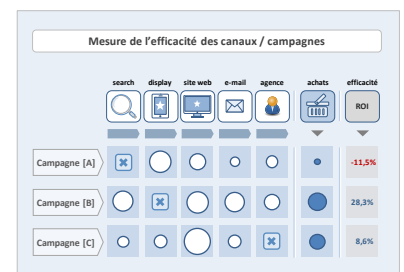


[Etape 3] Concevoir des campagnes de communication multicanal selon une logique 1-to-1

L'empreinte digitale vous offre une connaissance détaillée de chaque client ; ses intentions d'achat, ses centres d'intérêts, son potentiel financier, les caractéristiques de la zone de chalandise où il réside, etc. Grâce à ces éléments, vous aurez la possibilité d'adapter, en temps réel, vos messages marketing, quel que soit le canal employé. Dans un environnement publicitaire ultra-saturé, rien n'attire mieux qu'un message 100% pertinent qui sollicite les émotions ...

[Etape 4] Mesurez le ROI de vos campagnes et la contribution de chaque canal à la réalisation de la vente

Grâce à la technologie, il devient simple de dériver le parcours omnicanal des clients ainsi que les coûts imputables à chaque interaction. Vous pourrez calculer le ROI de vos différentes campagnes et identifier quels canaux contribuent le plus à la création de valeur. Fort de ces connaissances, vous pourrez concentrer vos ressources sur les points de contact qui impactent réellement votre chiffre d'affaires, tout en éliminant les dépenses inutiles.



Optimisez votre CRM digital dès aujourd'hui pour une maîtrise totale de vos efforts de prospection, de vente et de fidélisation.

Spécialisée dans le marketing digital et l'innovation, NEXTEK vous aide à dépasser vos objectifs de croissance rentable.

Notre savoir faire se résume en 4 domaines de compétences :

[1] Audit - quick wins

C'est souvent le point départ d'un partenariat avec NEXTEK. L'audit est un véritable *sprint* qui se déroule en 6 semaines. Suite à une série d'entretiens et une analyse documentaire détaillée, nos consultants identifient les opportunités d'amélioration à court et à moyen terme. Les travaux se terminent par une session plénière pour restituer les résultats et aligner les convictions des participants sur les actions à mener.

[2] Innovation

L'innovation est ce qui sépare les leaders des suiveurs. Fréquemment perçu comme risqué, l'innovation se résume en réalité à un processus, simple, participatif et itératif. NEXTEK conçoit et anime des séminaires de brainstorming dont l'objectif est de faire émerger de nouvelles idées d'offres, de processus de vente et/ou de modèles économiques actionnés par les technologies et les datas.

[3] Technologies

La stratégie d'entreprise est de plus en plus conditionnée par les technologies. Maîtriser les plateformes du marketing digital (DMP, DSP, RTB, ...) ainsi que les environnements Big data (Hadoop, NOSQL, AWS, ...) procure des avantages compétitifs indéniables. Nous développons aussi des apps marketing sur des plateformes iPhone, Android, Facebook et web pour une interaction digitale fluide et continue avec vos clients.

[4] Campagnes

Optimiser le ROI de vos campagnes nécessite la mise en place de stratégies qui synchronisent 4 volets clés : la qualité des sources de datas, les méthodes de scoring/ciblage, la personnalisation de l'interaction avec les clients et bien entendu, le tracking dynamique du parcours omnicanal des clients. NEXTEK vous appuie dans la coordination de ces volets avec un objectif simple : améliorer vos performances.

Un modèle économique souple qui s'adapte au contexte

Quels que soient vos besoins, NEXTEK s'adapte à vos objectifs et contraintes grâce à ses 3 modèles économiques distincts :

[A] Engagement de moyens : nos meilleurs experts facturés au temps passé

[B] Engagement de résultats : une équipe, un objectif à atteindre, un prix fixe

[C] SLA : un niveau de service prédéfini, souvent sur des périodes de 6 à 12 mois

Nos références

assurances	banques	services	industrie
 	 	 	 
 	 	 	 