

- 6 Grand Angle**
Les marques plébiscitent le programme de fidélisation
- 8 Événement**
VAD e-commerce, une édition réussie
- 10 Fanomètre** **NOUVELLE RUBRIQUE**
- 12 Veille**
Percée des réseaux sociaux dans la relation client
- 14 Profession**
Aprèsachat.com donne la parole aux marques
- 16 Stratégie**
La stratégie "en 3P" de Marionnaud
- 20 Technologie**
MetrixLab reprend CRM Metrix
- 22 Tribune**
«Et si on s'occupait de tous nos clients?»

32 Rencontre
JOHAN LE BAIL
Meetic

Directeur du service clients et modération

« Nous assurons une relation client de qualité, 7j/7 et 24h/24. »

36 Initiatives

La Croix-Rouge Française mise sur le digital



38 Danacol s'essaie à la pédagogie

Sosh met du digital dans son mobile



40 Zoom sur...

John Paul



Depuis trois ans, la société française spécialisée dans la conciergerie privée s'attache à choyer les meilleurs clients des entreprises pour les transformer en ambassadeurs de leur marque. Son secret? Réaliser tous les désirs, ou presque, des bénéficiaires, voire anticiper leurs besoins.

DOSSIER

QUOI DE NEUF EN MAGASIN?

45

POINTS DE VENTE



Pour faire face à la dématérialisation de la relation client et à la montée en puissance de l'e-commerce, le point de vente n'a d'autre choix que d'innover. Tour d'horizon des grandes tendances...

EN PRATIQUE

COMMENT RÉUSSIR SA CAMPAGNE DE TÉLÉMARKETING?

53

PRÉPARATION Outil de conquête et de fidélisation, le télémarketing s'inscrit de plus en plus au cœur de la relation client. Si l'outsourcer est le maître d'œuvre des opérations, l'entreprise joue néanmoins un rôle capital dans la conception et le suivi des campagnes téléphoniques, grâce à sa connaissance des produits et de son environnement.

60 Juridique

Relations professionnelles déséquilibrées: sous contrôle judiciaire

62 Avis d'expert

Conversation avec une marque
Best service is... service

Pour vous abonner, retrouvez-nous page 27

64 Profil

LAURENT UBERTI
Cofondateur d'Acticall

66 Nominations

NOUVELLE RUBRIQUE

ENQUÊTE

CHOUCHOUTER SES MEILLEURS CLIENTS, TOUT UN ART...

VIP Les clients à forte valeur ajoutée font l'objet des plus grandes attentions de la part des enseignes: statut, services premium, animations spécifiques. Certaines marques prennent le parti de considérer tous leurs clients comme des VIP.

25