

Consumer Direct

Gagnez le cœur et l'esprit du consommateur numérique d'aujourd'hui

LE CONTEXTE CHANGEANT

Les consommateurs friands de numérique de la prochaine génération sont en train de perturber le processus d'achat traditionnel. Ils s'attendent à des expériences de magasinage personnalisées, à des choix faits sur mesure, à une rétroaction immédiate, à des interactions transparentes et à un lien plus étroit avec les marques qu'ils appuient. Ils adoptent aussi de nouvelles démarches d'achat – beaucoup de recherches en ligne, de recommandations personnelles, de comparaisons de prix et de lectures des commentaires des clients – à partir de tous leurs appareils, chaque fois qu'ils choisissent d'obtenir de l'information, peu importe où ils se trouvent. Puis, lorsque ces consommateurs décident de faire un achat, un grand nombre d'entre eux préfèrent le faire immédiatement en ligne plutôt que de se rendre dans un magasin.

Pour les entreprises de produits de consommation, ces nouvelles tendances d'achat constituent un nouveau défi. En effet, leurs clients ont maintenant plus de pouvoir, car ils font leurs démarches d'achat en étant capables d'influencer directement la perception de leurs pairs par rapport à une marque et font la promotion des entreprises qui leur offrent les interactions personnalisées et fondées sur l'expérience qu'ils désirent.

Cela signifie que les entreprises devraient essayer de penser davantage comme leurs consommateurs et de leur offrir ce qui suit :

- des expériences omnicanal connectées;
- des données intégrées dans tous les canaux;
- de multiples modèles de prestation;
- des options de libre-service.

ATTIRER LE CLIENT NUMÉRIQUE

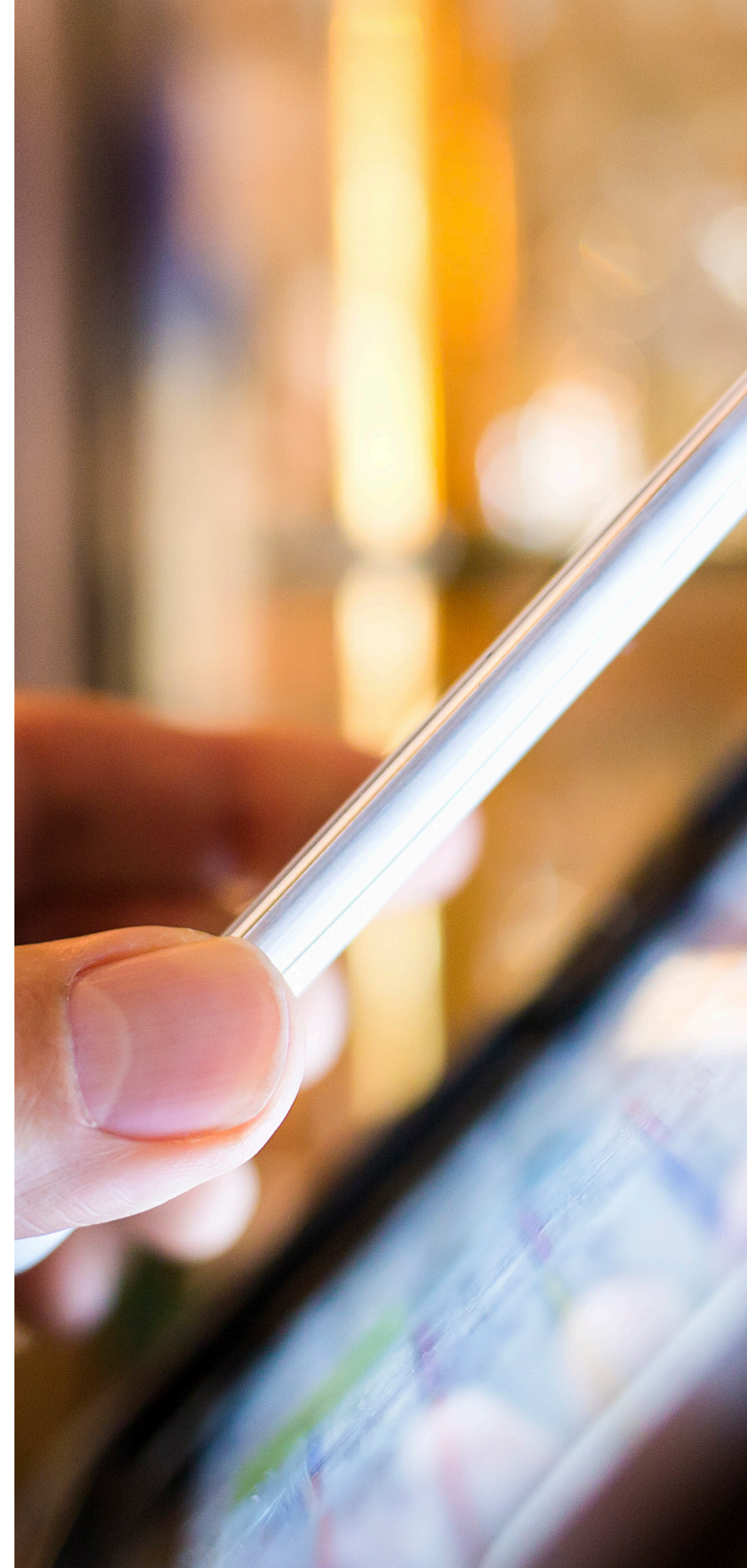
Beaucoup d'entreprises de produits de consommation éprouvent des difficultés dans leurs efforts de marketing numérique pour trois raisons :

- 1. Moments ratés** – envoyer des messages aux mauvais moments
- 2. Messages qui paraissent faux** – envoyer le mauvais message
- 3. Incapacité à mobiliser le consommateur** – envoyer un message dans les mauvais canaux

Dans un monde où prime le numérique, vous devez être rapide, précis et connecté à vos clients tout au long de leur cycle de vie. Vous pouvez le faire en mettant en place les capacités qui permettent :

- d'adopter un nouveau modèle média qui reflète les médias de publication de contenu en temps réel (« always-on »), les réseaux sociaux immersifs et les médias intégrés;
- de personnaliser et de déployer des messages de marketing partout où les consommateurs les verront;
- de créer une expérience efficace sur de multiples canaux et points de contact pour faciliter la conversion et la fidélisation;
- de tirer profit des mégadonnées et de l'analytique pour avoir une idée précise des personnes à cibler et de la façon d'optimiser le contenu, les tactiques et les dépenses.

La question est de savoir par où commencer. C'est ici que Deloitte Digital entre en jeu.



COMMENT NOUS POUVONS AIDER

Pour suivre la cadence de vos concurrents et de vos consommateurs, il est essentiel de disposer d'une plateforme fondée sur des renseignements et qui assure l'engagement direct du client grâce aux meilleures technologies qui soit pour offrir une expérience personnalisable. C'est exactement ce que fait Consumer Direct de Deloitte Digital, une solution qui comprend une fonction éprouvée de transformation du marketing numérique. Elle rassemble la gestion de contenu, l'engagement du consommateur, le commerce électronique et d'autres éléments afin de créer des points de contact personnalisés. Cela permet à Consumer Direct de trouver de multiples nouvelles façons de réussir dans l'ère numérique d'aujourd'hui :



Mégadonnées et analytique en temps réel



Programmes de fidélisation



Gestion des risques, gouvernance et écoute



Marketing numérique



Publication de contenus multimarques



Marketing social et immersif



Plateformes numériques



Nouveaux modèles d'affaires



Ciblage et personnalisation



Expérience de commerce en contexte



Expérience omnicanal

Voici quelques-unes des robustes capacités de Consumer Direct :

- Flux rationalisés d'inscription des consommateurs et des distributeurs
- Gestion centralisée des données sur les comptes clients et des utilisateurs
- Gestion des actifs de marketing d'une ou de multiples marques
- Engagement social, analytique et écoute
- Capacités de commerce électronique évoluées pour favoriser la conversion et faire le suivi des attributions

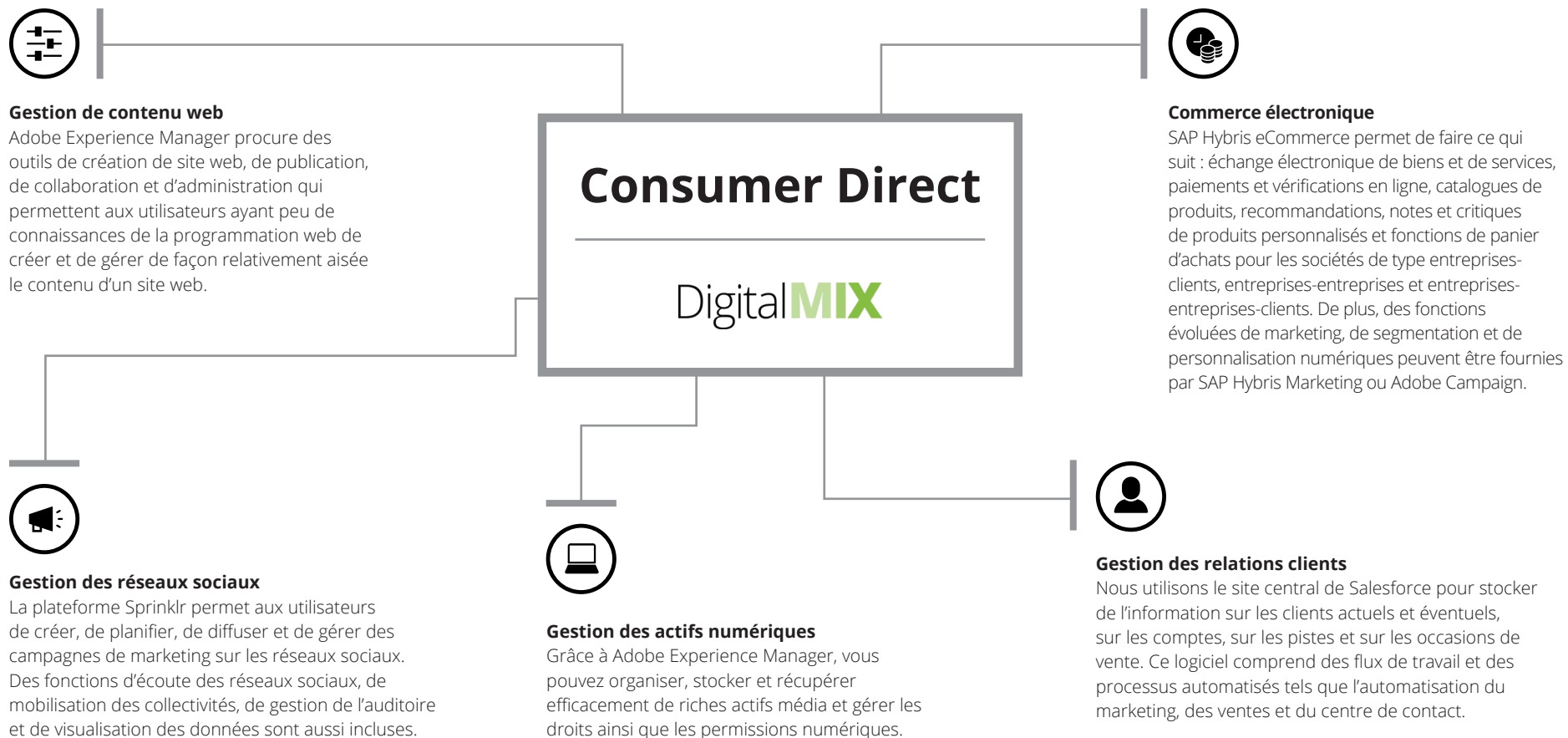
Deloitte Digital procure aussi des accélérateurs clés qui répondent à vos besoins commerciaux et technologiques, notamment, des cartes de processus d'affaires et de capacités fondamentales, des intégrations préconfigurées et des trousseaux de mise en œuvre.



UN ÉCOSYSTÈME ADAPTABLE

Consumer Direct est une solution qui fait partie d'une plateforme plus vaste de Deloitte Digital, soit **DigitalMIX^{MC}**, un portefeuille multisolution sur mesure comprenant une technologie de marketing de base, un système d'analytique en profondeur, l'excellence en gestion des relations clients, la gestion des commandes et de la facturation, des accélérateurs sectoriels et des services d'infonuagique. Conçu comme un guichet unique pour les stratégies, les processus numériques, la conception et la technologie, DigitalMIX^{MC} intègre nos services d'infonuagique préconfigurés à des solutions de pointe de l'industrie à l'échelle de l'entreprise numérique.

Grâce à notre approche d'écosystème, nous regroupons de multiples plateformes technologiques de base qui peuvent toutes être adaptées pour cadrer avec votre portefeuille d'investissement technologique :



Grâce à son approche de pointe, Deloitte Digital procure une expérience approfondie en matière de technologie et des intégrations prédéfinies pour personnaliser et fournir efficacement notre solution tout en atténuant le risque. Notre plateforme est facilement adaptable à des contextes préexistants où des investissements ont déjà été faits.

AVANTAGES POTENTIELS

Combinant expérience sectorielle et relations avec les fournisseurs technologiques, notre équipe vous appuie à chaque étape de la transformation de votre technologie de marketing. Mettre en place Consumer Direct dans votre entreprise peut vous aider à faire ce qui suit :

- Avoir bien en main la relation avec le consommateur. Établir une relation avec un consommateur et l'inspirer avec votre contenu faciliteront la vente et la création d'une relation continue.
- Utiliser les plateformes de réseaux sociaux et les fonctions d'écoute des réseaux sociaux pour cerner encore plus la voix du client ainsi que ses désirs et ses besoins.
- Trouver de nouveaux clients en utilisant des profils semblables et en définissant les données démographiques de votre public cible.
- Apprendre à comprendre non seulement quel contenu est efficace ou non, mais aussi quand fournir le contenu pour profiter de l'engagement du consommateur.
- Générer des commentaires plus personnels et authentiques de clients grâce aux partages entre pairs sur les réseaux sociaux.
- Définir des segments de consommateurs en fonction des données démographiques, des préférences et du comportement, proposer les bons produits aux bonnes personnes et inciter ces dernières à faire une transaction sur votre site web.
- Analyser les données sur les habitudes d'achat afin de fournir des offres et des promotions personnalisées qui accroissent le niveau de fidélisation des clients.
- Gérer de multiples marques dans un seul contexte technologique. Ce contexte unique allant du contenu au commerce est transparent pour les gestionnaires de marque, les gestionnaires des réseaux sociaux et les consommateurs.

www.deloittedigital.ca

Deloitte offre des services dans les domaines de l'audit, de la certification, de la consultation, des conseils financiers, des conseils en gestion des risques et de la fiscalité, et des services connexes, à de nombreuses entreprises du secteur privé et public. Deloitte sert quatre entreprises sur cinq du palmarès Fortune Global 500[®] par l'intermédiaire de son réseau mondial de cabinets membres dans plus de 150 pays et territoires, qui offre les compétences, le savoir et les services de renommée mondiale dont les clients ont besoin pour surmonter les défis d'entreprise les plus complexes. Pour en apprendre davantage sur la façon dont les quelque 264 000 professionnels de Deloitte, dont 9 400 au Canada, ont une influence marquante, veuillez nous suivre sur LinkedIn, Twitter ou Facebook.

Deloitte désigne une ou plusieurs entités parmi Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société fermée à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, ainsi que son réseau de cabinets membres dont chacun constitue une entité juridique distincte et indépendante. Pour obtenir une description détaillée de la structure juridique de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses sociétés membres, voir www.deloitte.com/ca/apropos.

© Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l. et ses sociétés affiliées.

Conçu et produit par le Service de conception graphique de Deloitte, Canada. 18-5800M

POUR COMMENCER

Si vous cherchez un moyen de faire vivre des expériences supérieures à vos clients en utilisant des plateformes d'engagement numériques, nous devrions en discuter. Nous sommes prêts à vous aider à concrétiser vos ambitions.

Pour poursuivre cette conversation, commencez ici :

Charmaine Wong

Associée

Leader canadienne de la pratique Adobe

+1 416-601-6115

charmawong@deloitte.ca