

# Livre blanc: Un CRM eCommerce pour quoi faire ?

illustré par une étude de cas ...



# Un CRM eCommerce pour quoi faire ?

**Exploiter les données sur les clients  
pour lancer rapidement  
des actions qui génèrent du chiffre d'affaires  
et rentabilisent durablement un eCommerce**

## Sommaire

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Les signes d'un besoin de CRM eCommerce</b>                  | <b>03</b> |
| le CRM eCommerce, étude de cas                                  | 04        |
| Identifier vos aficionados                                      | 06        |
| Retenir surtout les meilleurs clients                           | 08        |
| Recruter des clients à fort potentiel                           | 09        |
| Abonner les clients à votre eCommerce                           | 10        |
| Évaluer la pérennité de votre eCommerce                         | 11        |
| Pour aller plus loin  | 13        |
| <b><u>Ce qu'il faut retenir</u></b>                             | <b>14</b> |
| <b><u>Un compte d'essai gratuit pour votre segmentation</u></b> | <b>15</b> |

# 3 signes qui indiquent le besoin d'un outil CRM eCommerce

Cela fait plus de 3 ans que votre eCommerce progresse. Vous avez accumulé des dizaines de milliers de clients et de commandes. La qualité du site s'améliore, le SAV s'organise, le service expéditions se structure. Depuis longtemps vous avez conscience qu'un énorme **gisement d'informations sur la clientèle reste inexploité**. Voici **3 signaux** qui doivent vous faire penser qu'il est temps de mettre en œuvre un outil CRM eCommerce pour exploiter votre capital clients.

## #1 Il devient difficile d'offrir de bonnes promotions à tous vos clients

Ce qui marche le mieux sur un site, ce sont les grandes promos qui ratissent large: pourcentages de réduction sur tout le catalogue, frais de port gratuits, braderies monstres ... mais avec des milliers de clients, ces opérations coûtent cher. Comment agir plus finement sans perdre en chiffre d'affaires ?

[\[la réponse page 6\]](#)

## #2 Google Ads dévore de plus en plus votre budget promo

La concurrence est vive et les prix des mots-clés adwords ne cessent d'augmenter. Pour attirer de nouveaux clients, il faut dépenser beaucoup plus qu'avant et proposer des prix promotionnels pour transformer le trafic en vente. N'y-a-t-il pas un chemin pour éviter cette fuite en avant ?

[\[la réponse page 9\]](#)

## #3 Votre programme de fidélité patine

Vous avez un programme de fidélité et des milliers de points sont accumulés sur des comptes clients, une véritable fortune. Vous vous demandez si cet argent dormant ne pourrait pas être mieux utilisé pour dynamiser vos ventes en ligne?

[\[la réponse page 10\]](#)



**Après une croissance effrénée de votre eCommerce, il est temps d'exploiter votre capital Clients !**