

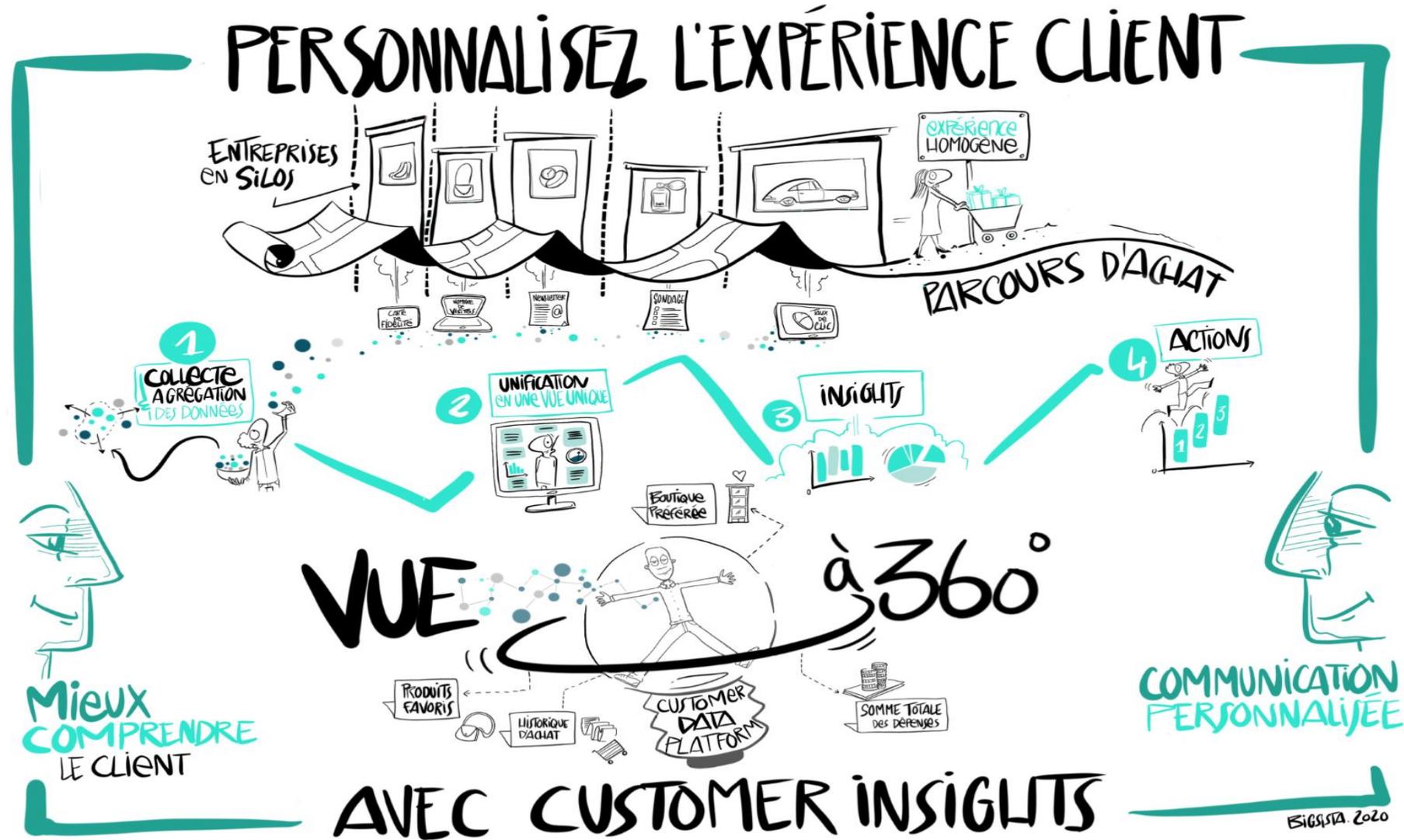
## Proposition de l'offre découverte Customer Insights

Janvier 2021



...

**Customer insights**



# La clé du succès est de transformer la donnée en action



## CONTROLLER

Capitalisez sur votre propre lac de données



## COMPRENDRE

Avoir une vue 360 enrichie de vos clients à travers l'ensemble de sources de données



## ACTIVER

Différenciez l'expérience client en tenant compte du contexte d'interaction

# plate-forme de données client n'est pas ...



## Un CDP n'est pas un système CRM

Un CRM est destiné à l'exécution des processus de la relation client



## Un CDP n'est pas une plate-forme de gestion des données Marketing (DMP – Digital Marketing Platform)

Un DMP traite les activités anonymes tracking web / tracking cookie. Utilisé pour comprendre les profils externes afin de catégoriser les données internes



## Un CDP n'est pas un Enterprise Data Warehouse

Un EDW traite toutes les données de l'entreprise, destiné à des utilisateurs plus techniques que métiers



## Un CDP n'est pas un système MDM – Master Data Management

Un MDM gère les mouvements de données entre les systèmes et non un espace de stockage  
Permet de traiter les données structurées, et nécessite plus de connaissances techniques



## Un CDP ne doit pas être utilisé uniquement pour la visualisation analytique

# Les phases pour apporter de l'intelligence à vos données clients



The screenshot displays the Microsoft Customer Insights interface, which is divided into several key sections:

- Unify:** A section for identifying unique customers, featuring options for 'Map', 'Match', and 'Merge'. It includes a 'View last run' button and a table for 'Matching customers' with columns for 'Entity order' and 'Entity name'.
- Enrichment (preview):** A section for supplementing customer data with external sources. It features a 'Discover' tab and 'My enrichments' section, listing sources like 'Brands' (Provided by Microsoft Graph) and 'Company data' (Provided by Leadspace).
- Export destinations (preview):** A section for exporting unified customer data to various business apps and tools. It includes a 'Discover' tab and 'My export destinations' section, listing destinations like 'API', 'Azure Blob Storage', 'Azure Synapse Analytics (Preview)', 'Dynamics 365 Customer Service', 'Dynamics 365 Marketing', 'Dynamics 365 Sales', 'Dynamics 365 Sales Hub', 'Facebook Ads Manager', 'LiveRamp', 'Microsoft Teams', 'Power Apps', 'Power Automate', and 'Power BI'.

The interface also shows a navigation menu on the left with categories like Home, Customers, Segments, Measures, Intelligence, Predictions, Custom models, Data, Data sources, Entities, Unify, Enrichment, Activities, Relationships, Admin, System, Permissions, and Export destinations. The top right corner indicates the environment 'MonCI'.

d'approvisionnement

Données

Unification

Connaissance

Action



...

**Se lancer avec  
Customer insights**

Pas de clés uniques pour un contact sur les différents Sources

DATA

*Connaitre mes clients,  
Identification de mes meilleurs clients,  
Segmentation*

DATA

Grosse volumétrie de données

DATA

Importance d'une donnée par rapport à une autre

CHANGE

DATA

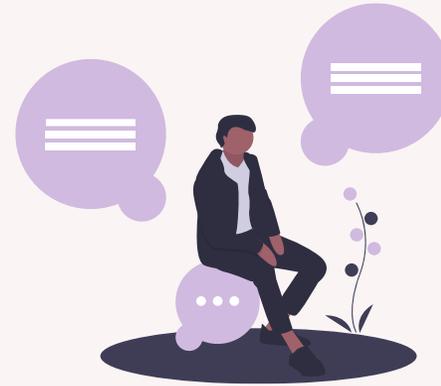
« Il faut montrer la plus-value de l'outil, montrer que c'est simple et faire simple! »

OUTIL

« Pour que ça marche il faut qu'il y ait toutes les informations de contact »

DATA

**Par quel bout prendre le problème ?**



**Plusieurs Sources de données**

DATA

**A qui servira la vision agrégée ?**

CHANGE

« Contact 360 c'est la vie d'un client »

« Mes Sales n'utilisent pas le CRM »  
Complétion de Données

CHANGE

OUTIL

**Quelles sont les données que l'on souhaite avoir, pour un client ? Quelles sources choisir ?**

« Il faut démontrer qu'on est plus performants en utilisant Contact360 »

USAGE

**Quel est le scope utile et dans quelle mesure ?**



## Pourquoi?



### CLIENT

Améliorer l'expérience client sur tous ses points de contact avec son établissement  
Se rapprocher du niveau de qualité relationnelle attendu  
#ExcellenceRelationnelle

### Marketing

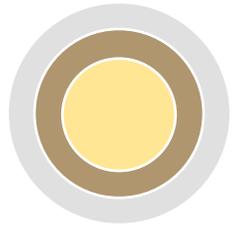
Mieux connaître mes clients  
Aide à la segmentation  
Améliorer le ciblage  
Améliorer le ROI

### MANAGER

Piloter l'activité commerciale plus efficacement en intégrant les contacts au cœur du dispositif d'animation

### GROUPE

Avoir une vision groupe  
Améliorer les performances commerciales

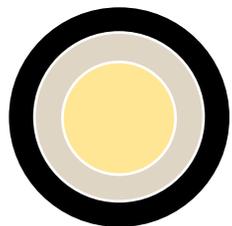


## Comment ?



- En regroupant les interactions **omnicanales** en un seul et même historique des contacts
- En montrant les **bénéfices** et en tenant le bon discours pour **convaincre** les utilisateurs d'adopter Contact 360 #Communiquer
- En s'appuyant sur les **managers** pour favoriser l'adoption
- En collaborant efficacement entre équipes (Métiers, IT, Deploy, Change)
- En **mesurant** régulièrement l'adoption et l'atteinte des enjeux

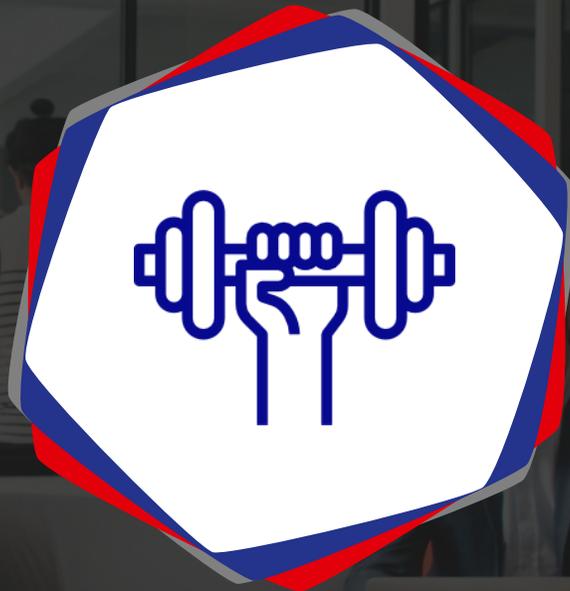
Exemple de Matrice WWH



## Et concrètement ?



- Un plan d'accompagnement des métiers (discours adapté, cas métier, préparation d'entretiens, après entretiens, réflexe Contact 360) dans la durée.
- Une approche personnalisée en fonction des « personas utilisateurs » et de leur enjeux (Conseiller, CRC, Manager)
- Une gouvernance efficace (prise de décisions, coordination, partage d'informations).
- Les bons KPI de suivi disponibles au bon moment



Lets Start ...  
La méthodologie



*Marketing: Définir ma stratégie Marketing  
Connaitre mes clients, Identification de mes meilleurs clients, Segmentation*

**Mon objectif**



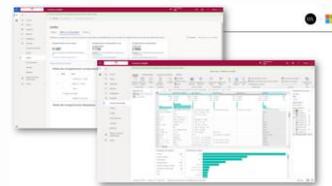
**Identifier mes sources  
Gouvernance des données**



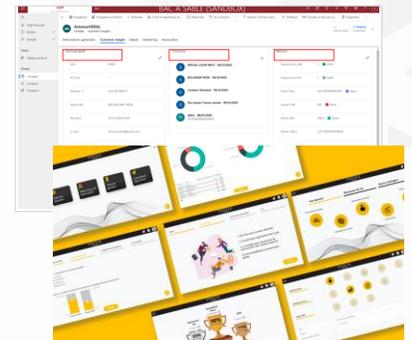
**Extract des données  
Importantes**



**Data source &  
Unification**



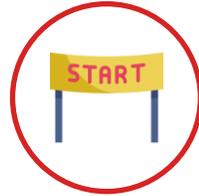
**Restitution/  
Actions**





**Offres POC Customer Insights**

Se faire la main sur des vrais cas pour appréhender la technologie et le potentiel



## #1 : Présentation & démos

*Expliquer et comprendre le potentiel*

*#Evangélisation #Inspiration*



## #2 : Immersion & interviews

*Identifier des opportunités et des pain points*

*#Usages #Metier #Data*



## #3 : Idéation & conception

*Partager les retours et trouver le(s) premier(s) cas avec les sources de données nécessaires*

*#DesignThinking*



## #4 : Réalisation et déploiement

*Construire rapidement une première version et tester avec des extraits de données*

*#Bricolage #Tests*



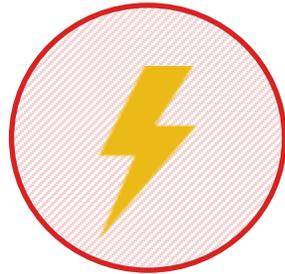
# L'offre découverte Customer Insights



10 K €

10 jours

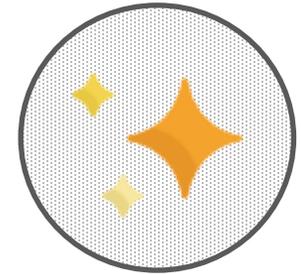
## DANS QUEL BUT ?



Comprendre le potentiel  
de Customer Insights



Résoudre une  
« pain » existante



Découvrir une nouvelle  
méthodologie de travail

## ET CONCRETEMENT ?

Une instance Customer Insights avec mes extraits de données de différentes sources

Les premiers résultats et mesures & segments que vous pouvez avoir avec Customer Insights sur vos clients



**Offre Customer Insights In a Day**

# Offre : Customer Insights In A Day (8H)

Découverte de Customer Insight: intérêts, fonctionnement, ready-to-use AI, méthode et applications possibles.



5h

## #1 Data Ingestion et Unification

1h

+ Q&A (1h)

## #2 Actions: Dynamics 365, Power Apps, Power Automate et Power BI

2h

+ Q&A

## #3 Apportez votre propre modèle depuis Azure ML Studio

30 min



3h

## #Lab

Exercices et mise en pratique avec un jeu de données

~ 3h

Q&A



Nos partenaires  
à l'honneur



**MERCI !**