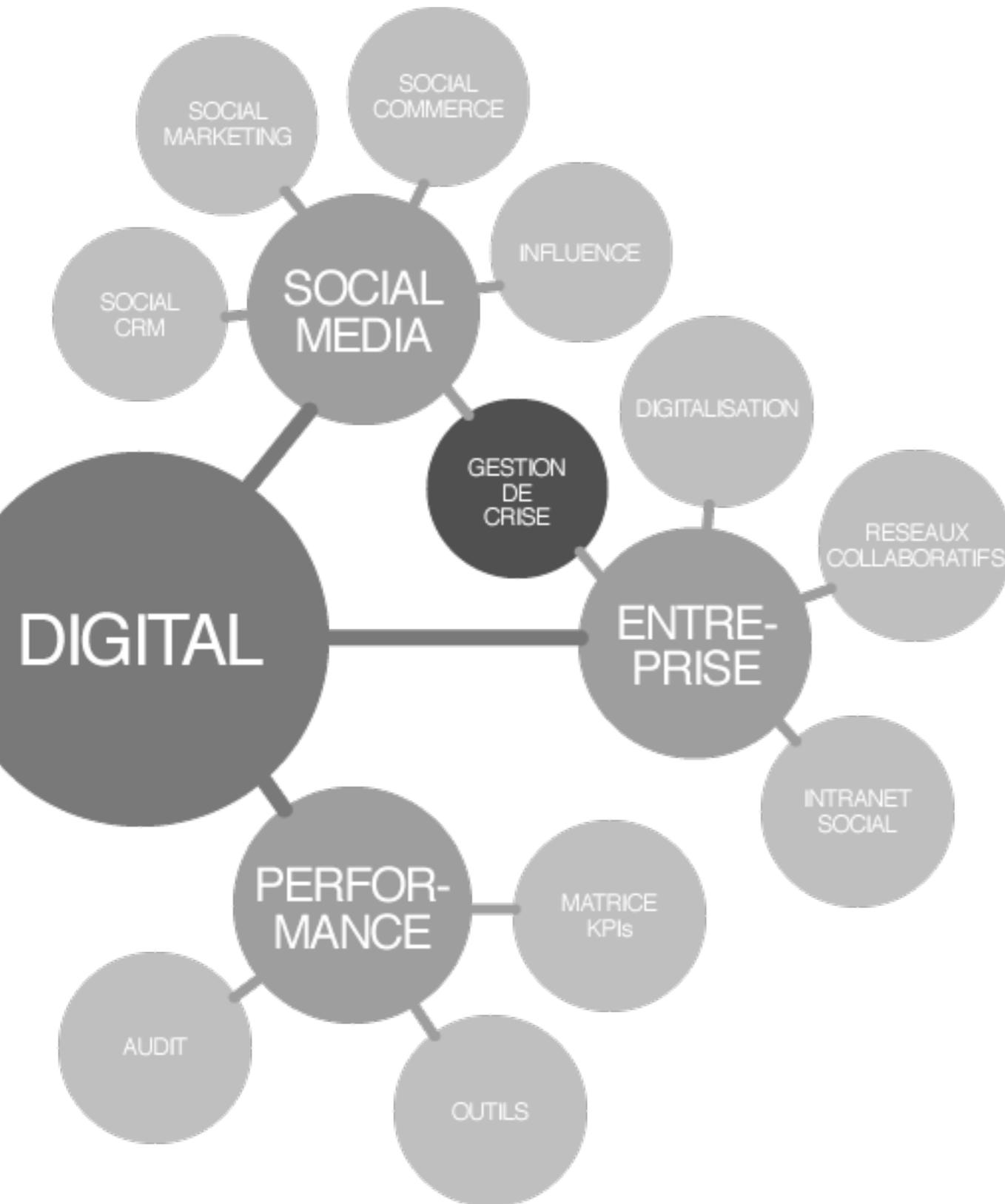


# Présentation du cabinet conseil Internet, The Persuaders



**Cabinet Conseil, fondé en 2010, et spécialisé dans l'accompagnement des entreprises dans leur montée en compétence et puissance sur le digital**

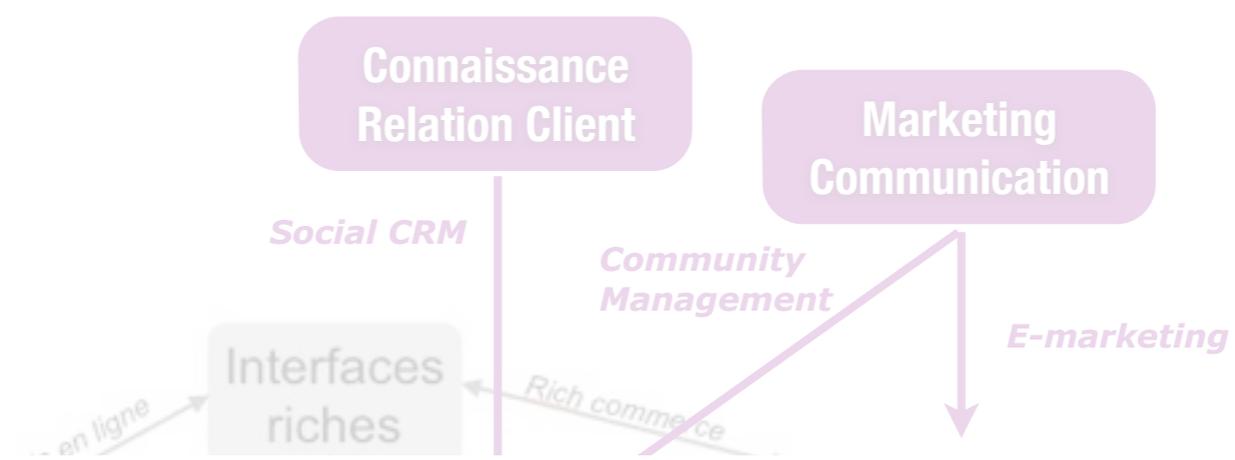
- Nous **accompagnons** nos clients dans la digitalisation de leur stratégie d'entreprise par l'intégration des nouveaux leviers offerts par Internet : les sites, les terminaux mobiles et les médias sociaux.
- Nous **recommandons** les stratégies et assurons le bon déploiement des dispositifs à mettre en place en fonction des objectifs visés par nos clients (communication, marketing, relation client).
- Nous **formons et acculturons** les équipes internes et assurons la montée en compétence des équipes : la sensibilisation des décideurs et la formation opérationnelle des équipes en charge des dispositifs en ligne.

**Digitaliser sa relation client ?**

INTERNET



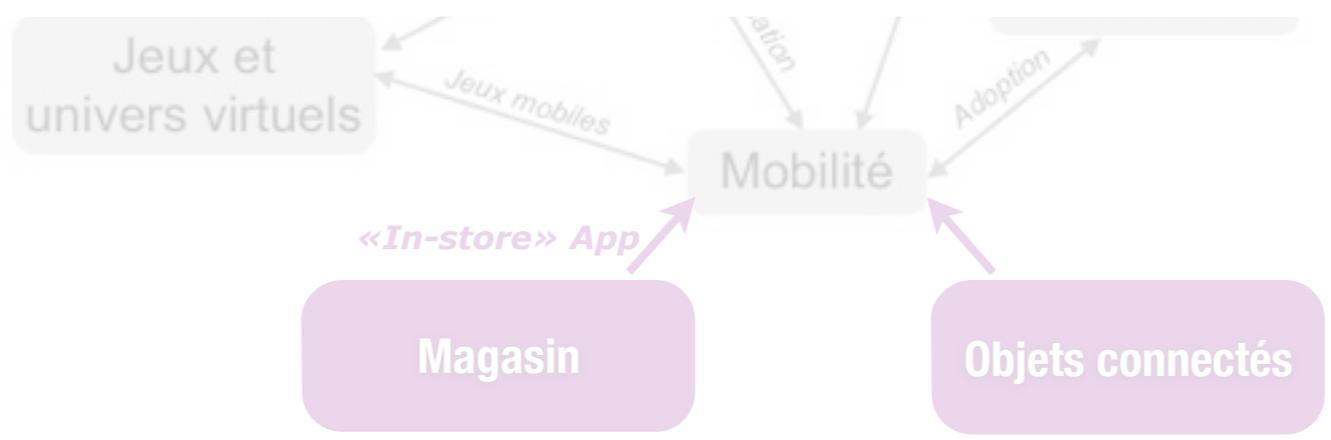
# Repartons du contexte actuel du Digital



Acc

## Le monde digital n'est pas compliqué il est devenu complexe

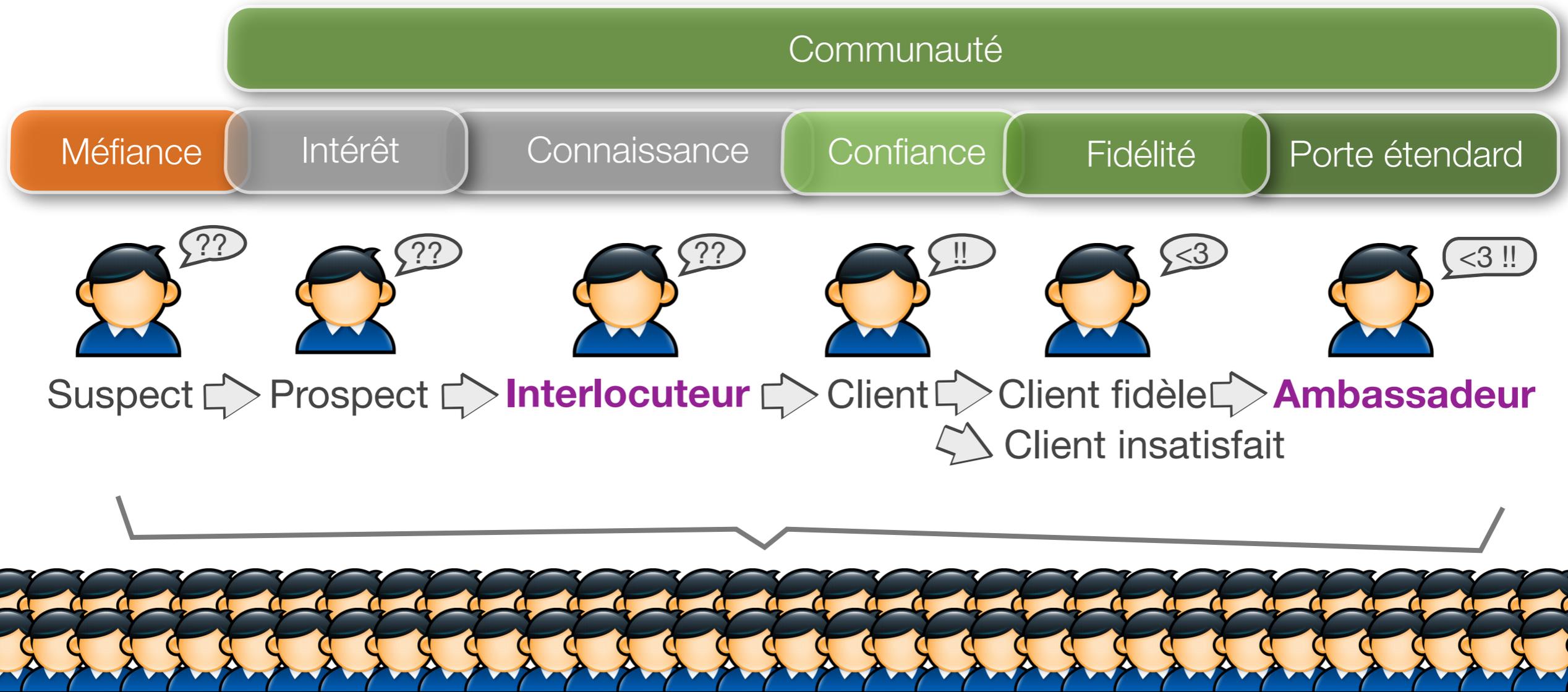
Digitisation



**Complicqué veut dire qu'il faut savoir s'organiser**



# La clé n'est pas devenir digital mais bien de penser « expérience »



A large crowd of people, mostly young adults, are dressed as the character Waldo from the movie 'Where's Waldo?'. They are wearing red and white horizontally striped shirts and white hats with a red band. Many are wearing black-rimmed glasses. The crowd is dense and fills the frame, with people in the foreground looking towards the camera and others in the background looking in various directions. Some are clapping, some have their mouths open as if shouting or cheering, and some are holding up phones to take pictures. The overall atmosphere is one of excitement and participation in a group activity.

**L'expérience ne veut pas dire afficher la même promesse par tout**

# La qualité de la Relation Client devient un centre de profit



**“The bad news is, our customers hate us. The good news is, we have a lot fewer customers than we used to!”**

**Une logique à intégrer dans une promesse de marque relationnelle**





# CHAUFFEUR-PRIVÉ

Merci d'avoir voyagé avec Chauffeur-Privé !

**Informations client**

Prénom Cedric  
Nom Deniaud

**Informations course**

Commande: le 25/09/2014 à 23h30

**Départ**

**A** 52 Avenue des Champs-Élysées  
75008 Paris

**Arrivée**

**B** 39 Rue des Abbesses  
75018 Paris

**Prix de la course**

Prix forfaitaire 9.90 €

**Total** 9.90 €

**Détails de facturation**

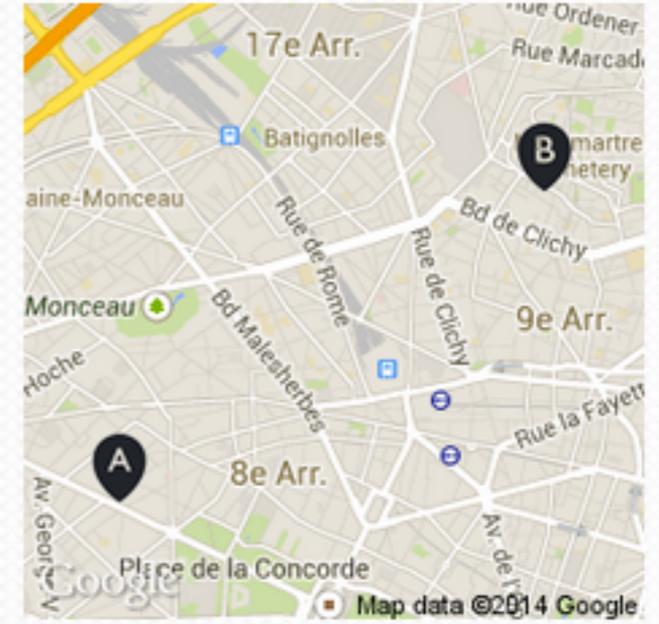
Prix HT (1)(2) 9.90 €

Paiement: Carte \*\*\*\*-7574

**Informations chauffeur**



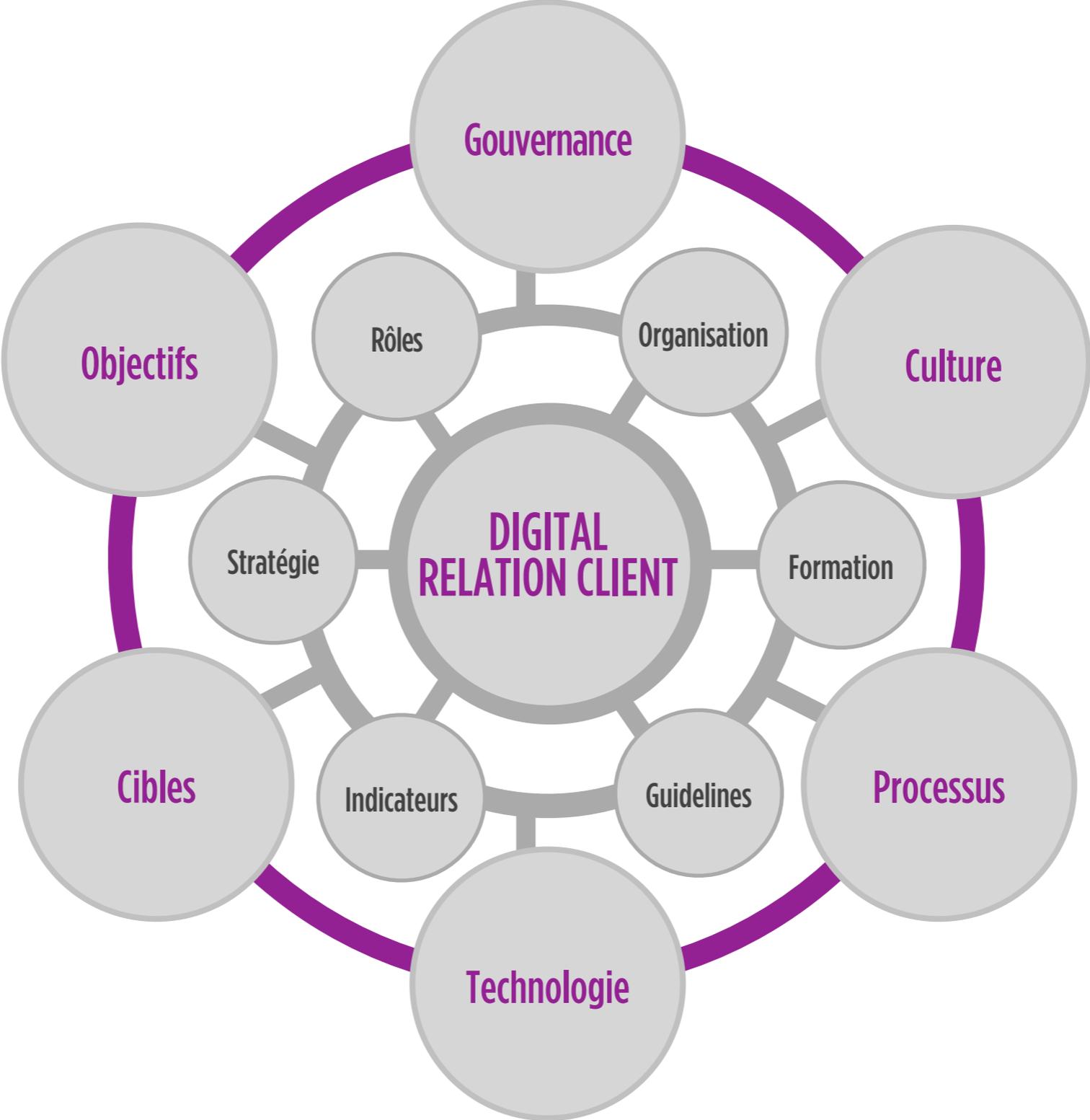
Sofiane G.  
★★★★★  
Renault Latitude



Facture établie par Transcovo SAS au nom et pour le compte de ZOUAOUI GUISSOUS

Adresse 15 AV DE LA RESISTANCE 93100  
MONTREUIL SOUS BOIS  
RCS 799 791 017

# Une réflexion à intégrer et à ne pas centrer sur les outils



# Et demain la « Relation Client Prédictive » ?

~~BIG DATA~~

SMALL AND  
GOOD DATA

+

OMNICHANALITE

+

OBJETS  
CONNECTES

# Contact

## Cabinet conseil Internet:

### The Persuaders

16 rue Rambuteau.  
75002, Paris.

<http://www.thepersuaders.fr>

## Contact :

Cédric DENIAUD

Mail : [cedric.deniaud@thepersuaders.fr](mailto:cedric.deniaud@thepersuaders.fr)

Blog : <http://www.cedricdeniaud.com>

Twitter : @cdeniaud

