

L'E-Mail au service de la relation client

Comment communiquer légalement et efficacement avec sa clientèle et ses prospects ?

Compte rendu

Développer une bonne relation avec ses clients constitue une des priorités des entreprises, qui doivent en permanence être attentives à la manière dont elles communiquent et aux outils qu'elles utilisent. Interactivité, facilité, efficacité, coût : autant de domaines qu'il convient de toujours chercher à améliorer. Les nouvelles technologies constituent un outil souvent mal connu et pourtant particulièrement adapté à la relation client, encore faut-il s'en servir judicieusement et en toute légalité.

Le séminaire organisé par le FORUM TELECOM de la SPI+ a permis lors d'un premier exposé de prendre connaissance des nombreux atouts de l'E-Mailing (au niveau du return, de la fidélisation de la clientèle, de la mise en œuvre, de son coût peu élevé) et de son adéquation au monde de la PME.

Martine Janssens de l'ICHEC explique que l'E-Mailing sous ses diverses formes a sa raison d'être à toutes les étapes de la relation client (prospection, acquisition de clients, commande, achat et suivi de commande, service après-vente, fidélisation). A son sens l'E-Mail est un outil fabuleux mais il n'est cependant efficace que s'il est personnalisé et qu'il apporte une réelle valeur ajoutée. L'oratrice a décrit les principaux types d'E-Mail et les a illustrés de quelques exemples. L'E-mailing est un des outils de communication possible, il est souvent couplé avec d'autres canaux tels que point de vente, call center, site web marchand. Elle a passé en revue les facteurs de réussite de l'E-Mailing ainsi que ses faiblesses. Elle s'est ensuite penchée sur les différentes façons de collecter des données en vue de se constituer un fichier de contacts qualifié. Par la même occasion, elle a mis en avant le problème délicat du « permission marketing vs spamming ». Elle a clôturé son exposé par les étapes clés d'une campagne d'E-Mailing.

La Newsletter compte parmi les outils d'E-Mailing les plus importants. Le deuxième exposé était consacré à la Newsletter et à sa mise en place par les petites structures. Après avoir défini ce qu'est une Newsletter, Johann Schreurs de GLOBULE BLEU a donné des conseils, que cela soit au niveau de la périodicité, du contenu, de la forme, pour réussir sa Newsletter. Il a ensuite expliqué les moyens de publication en donnant pour chacun d'eux une série d'astuces. Il s'agit également de mesurer l'efficacité d'une Newsletter selon plusieurs critères. L'orateur a analysé quelques Newsletters en mettant en évidence leurs lacunes ou leurs qualités. Il a conclu en rappelant qu'il faut se définir des objectifs, se donner les moyens de les atteindre et qu'il s'agit de faire cela de manière professionnelle sous peine de desservir plutôt que d'améliorer ses relations clients.

Le troisième exposé, assuré par Maître Thierry Léonard du Cabinet STIBBE, a attiré l'attention sur les obligations juridiques liées à la collecte de données à caractère personnel et au spam. Avec la multiplication des réglementations, il est parfois bien difficile de s'y retrouver. L'orateur a posé le cadre juridique et expliqué les différents éléments intervenants dans la collecte de données à caractère personnel (qu'est-ce qu'une donnée personnelle, quel traitement en fait-on, qui est responsable du traitement et de la collecte). Il a porté une attention particulière sur le principe de finalité et les données sensibles. Il a ensuite mentionné les droits de la personne concernée en regard des obligations à remplir par le responsable de la collecte des données. Enfin, Maître Léonard s'est penché sur les questions spéciales liées à l'E-Marketing et plus particulièrement sur les communications non sollicitées (spam). Il a expliqué les principes d'opt-in et d'opt-out, les implications induites par la nouvelle directive sur les données récoltées antérieurement à son application. Et de conclure qu'il est impératif d'acquiescer un réflexe « protection de données ».

L'après-midi s'est clôturée par le témoignage de M. Grégoire Bourguignon de la société ASTEL. Il a montré comment il avait mis en place une newsletter sur son site, sa facilité d'utilisation et le succès remporté par cette dernière en 4 ans.

Le FORUM TELECOM® est une initiative de la SPI+ bénéficiant de l'aide financière de la Région wallonne et du FEDER.