



Vos clients sont vos meilleurs vendeurs

FICHE D'IDENTITÉ

Qui ?
FrontRange Solutions

FrontRange
SOLUTIONS

Quand ?
2002 - 2005

Quoi ?
C3M lance pour l'éditeur FrontRange Solutions, son client, une campagne de collecte de témoignages clients, en partant d'un fichier de références de quelques 250 noms d'entreprises. Process : passer par le réseau de revendeurs, seuls susceptibles d'orienter vers des références actives représentatives, et de débloquer les autorisations de principe.

B2B

Type de prestation :
Rédaction de cas clients

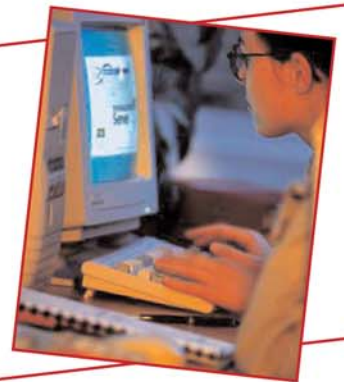
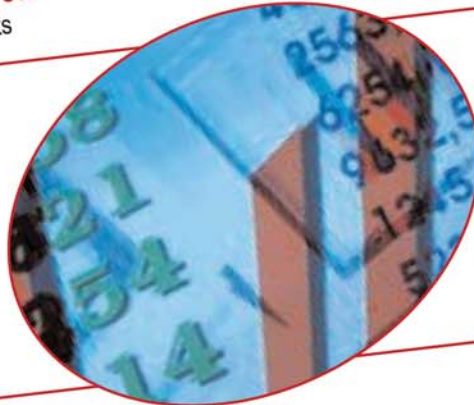
Centres d'intérêt :
CRM, logiciel.

Presse visée :
Informatique, marketing, entreprise.

Savoir-faire mis en œuvre :
Relations presse, édition.

À noter :
Qualité rédactionnelle.

Voir aussi :
Docubase, Akio Software, Delia Systems, Aaxis, Maulde Technologies, Iprogress, Franklin Partners, Trimaran, The Net Group, Care4data, Man & Machine, et en règle générale, tous nos clients B2B.



LE PLUS

Nous avons constitué en quelques semaines une dizaine de cas clients, qui ont participé au renom tant de l'éditeur et de ses produits, que des intégrateurs et du client final. Chaque client, et chaque partenaire de l'éditeur a reçu son Press Book spécifique. Certains clients ont répondu à plus d'une dizaine de sollicitations d'interviews, ils bénéficient au départ d'une notoriété de marque, ou font preuve d'une disponibilité à toutes épreuves en sachant se mettre très vite au service d'un journaliste.

RÉSULTATS

Nous avons pu remettre à notre client, quelques mois plus tard, un Press Book très étoffé sur les retombées de chaque communiqué, composé d'une grande diversité de supports (presse spécialisée CRM/marketing, presses verticales métier).

NOTRE AVIS

Ces communiqués ont servi de base à la constitution de fiches Success stories à visée purement commerciale. C3M y a participé.



VU dans les médias

une sélection de la revue de presse de FRONTRANGE



"L'implication de C3M dans notre stratégie marketing, mais également commerciale, nous a permis de réellement faire décoller notre communication et image de marque sur le territoire Français. Cette relation à 4 (Editeur, Agence, Partenaire et Client Final), qui initialement apparaissait comme compliquée s'est finalement avérée être un grand succès et plébiscitée par tous. Bref, une réussite aussi bien pour nos clients, nos partenaires et nous même que pour C3M."

CÉDRIC CIBOT-VOISIN
(Managing Director, FrontRange Solutions Western Europe)



Citadines adopte GoldMine
Communiqué réalisé avec la collaboration du vice-président Ventes et Marketing de Citadines.



DES CLIENTS EMBALLÉS.
Interview de Marc Gautier, PDG de Carton Service.

Logiciels de GRC : du bénéfice pour les PME

Peu coûteux à l'achat et simples à installer, les logiciels de gestion des forces de vente et des relations avec la clientèle nécessitent cependant un paramétrage précis.

Réaliser un logiciel de gestion des forces de vente et des relations avec la clientèle nécessite cependant un paramétrage précis. Les logiciels de gestion des forces de vente et des relations avec la clientèle sont aujourd'hui très nombreux et offrent des fonctionnalités variées. Cependant, leur utilisation nécessite un paramétrage précis et une formation des utilisateurs. Les logiciels de gestion des forces de vente et des relations avec la clientèle sont aujourd'hui très nombreux et offrent des fonctionnalités variées. Cependant, leur utilisation nécessite un paramétrage précis et une formation des utilisateurs.

CRM

Carton Service améliore en interne son CRM

Carton Service est, depuis 1958, spécialisé dans la fourniture d'emballages destinés aux professionnels pour le conditionnement de leurs produits. Investissant dans la société à adhésif suralés à la distribution avec des produits d'exportation, la société a également en 2001 mis en place un CRM. Carton Service a ainsi pu améliorer son processus de vente et de service client. Cette amélioration a permis à la société de mieux connaître ses clients et de leur offrir un service plus personnalisé. Carton Service a ainsi pu améliorer son processus de vente et de service client. Cette amélioration a permis à la société de mieux connaître ses clients et de leur offrir un service plus personnalisé.

EN CHIFFRES (diffusion)	
Citadines	
Décision Micro & Réseaux - hebdo :	33 100
Centres d'@ppels - mensuel :	10 000
Distributive - hebdo :	20 000
La Tribune - quotidien :	104 400
Carton Service	
Décision Micro & Réseaux - hebdo	
La Lettre du CRM - mensuel	
i-e Internet & Entreprise - mensuel :	57 581
Action Commerciale - mensuel :	12 600

