



EMERGING CHANNELS ROI PERFORMANCE MOBILE EFFECTIVENESS NEW GENERATION OPEN EMERGING CHANNELS ROI PERFORMANCE MOBILE EFFECTIVENESS NEW GENERATION OPEN
ROI PERFORMANCE MOBILE EFFECTIVENESS NEW GENERATION OPEN EMERGING CHANNELS ROI PERFORMANCE MOBILE EFFECTIVENESS NEW GENERATION OPEN
NEW GENERATION OPEN EMERGING CHANNELS ROI PERFORMANCE MOBILE EFFECTIVENESS NEW GENERATION OPEN

Livre Blanc Fonctionnel Neolane Leads™ :
**Convaincre chaque individu : un marketing B2B
qui imite les meilleures méthodes de vente B2B**

Résumé

Application complète d'automatisation du marketing B2B bâtie sur la plate-forme de marketing conversationnel de Neolane, Neolane Leads™ répond à l'ensemble des besoins des directions marketing B2B, depuis la génération de demande, les communications clients et le lead management. Qu'elles soutiennent un objectif de prospection, de maturation d'un lead ou de vente additionnelle, les communications émises par Neolane Leads s'adressent à l'individu derrière l'acheteur. Neolane Leads permet un marketing qui imite les meilleures méthodes de vente B2B : converser avec chaque individu et le convaincre personnellement.

Challenges et opportunités du marketing B2B

Les marketeurs sont mis au défi de démontrer leur contribution aux résultats de l'entreprise. Les équipes commerciales ne veulent pas simplement plus de leads en quantité mais plus de leads en qualité. En même temps, le nombre d'activités que doivent gérer les marketeurs explosent. Ce qui est en jeu, c'est la capacité pour les marketeurs B2B de devenir des contributeurs reconnus à la performance commerciale.

Génération de demande

Les marketeurs doivent déployer des programmes efficaces de génération de demande. Pour ce faire, ils doivent cibler les bons individus dans les comptes prospects avec des offres marketing pertinentes afin de susciter un intérêt pour leurs produits et services.

Communications clients

En plus d'initiatives visant à créer des opportunités commerciales dans des comptes prospects, les équipes marketing doivent également communiquer auprès des clients existants pour susciter de nouvelles ventes. De nouveaux produits doivent être présentés aux clients existants. Les directions marketing doivent produire des newsletters clients.

Maturation des leads

Ces dernières années, des marketeurs B2B innovants, souvent dans les secteurs des hautes technologies, ont appliqué des programmes relationnels one-to-one auprès des prospects, aussi appelés « leads ». Ils ont démontré l'efficacité de ces programmes pour accélérer les cycles de ventes.

Ces programmes sont efficaces lorsqu'ils sont non intrusifs, et sollicitent chaque individu au travers d'une série de messages personnalisés, chaque message promouvant des contenus et offres marketing pertinents pour la personne ciblée.

Alors que leur efficacité n'est plus à démontrer, les marketeurs B2B doivent désormais mettre en œuvre de tels programmes de « maturation des leads ».

Contacts et interactions entrants

Les comportements d'achat B2B ont changé. Grâce à la profusion de sources d'information en ligne, incluant votre site Web et les sites communautaires, ce sont désormais souvent les prospects qui initient le contact avec votre organisation. Les appels téléphoniques entrants restent un maillon essentiel du processus commercial de la plupart des entreprises B2B. Malheureusement, les canaux entrant, Web ou téléphoniques, sont souvent en décalage avec les initiatives marketing sortantes.

Quel que soit le canal entrant, les premiers contacts doivent être capturés. Par la suite, les interactions entrantes sont autant d'opportunités supplémentaires pour obtenir des renseignements sur les opportunités, et pour présenter des contenus pertinents qui font avancer les prospects dans votre pipeline marketing.

Neolane Leads permet aux marketeurs de nouer une relation personnelle avec chaque individu impliqué dans le processus d'achat, imitant ainsi les meilleures méthodes de vente B2B.

Plus de communications, à travers plus de canaux, plus fréquemment

Les marketeurs B2B doivent donc effectuer plus de communications sortantes, plus personnalisées, plus fréquemment, à travers plus de canaux de communication. Ils doivent capturer de l'information sur les prospects en temps réel durant les contacts entrants. A chaque opportunité d'engagement, ils doivent enrichir leur compréhension des centres d'intérêts des prospects, leur rôle dans le processus d'achat, leurs contraintes budgétaires et le cycle d'achat.

Marketing distribué

Les marketeurs B2B doivent souvent mettre en place des stratégies de marketing distribué qui permettent aux équipes ou aux partenaires locaux d'adapter les campagnes marketing maintenues par les équipes marketing centrales.

Partenariat avec les équipes de vente

Les marketeurs B2B doivent conduire toutes les activités susmentionnées tout en gardant un objectif en tête – maintenir un flux constant de prospects de haute qualité à destination des équipes commerciales. Le système d'automatisation du marketing doit s'intégrer de façon transparente avec les systèmes d'automatisation des ventes. Et les marketeurs doivent démontrer la contribution des investissements marketing au pipeline commercial et au chiffre d'affaires.

Convaincre chaque individu : un marketing B2B qui imite les meilleures méthodes de vente B2B

Les marketeurs B2B doivent faire plus, parfois avec moins de moyens, tout en étant plus redevables que jamais. Ces défis peuvent sembler redoutables ; à moins qu'ils ne se tournent vers une plate-forme entièrement vouée à la simplification des communications directes one-to-one.

Neolane Leads, application complète d'automatisation du marketing B2B bâtie sur la plate-forme de marketing conversationnel Neolane, répond aux défis actuels et futurs du marketing B2B grâce à la technologie éprouvée par les clients Neolane B2C à travers le monde pour entretenir des millions de conversations one-to-one simultanées avec les consommateurs finaux.

Une vue marketing unifiée des individus et des organisations

Le processus commence par la création d'un datamart ou data warehouse marketing central, le point central de stockage des informations clients et prospects, à partir duquel toutes les campagnes sont menées. Afin d'accélérer le déploiement de votre système d'automatisation du marketing B2B, Neolane propose un modèle de données marketing B2B complet mais configurable. Son outil intégré de chargement de fichiers, qui sera décrit plus loin, accélère la mise en place de votre datamart ou data warehouse marketing.

Planification centralisée

En standard, Neolane Leads facilite la planification des programmes, la budgétisation, la segmentation et la sélection des listes.

« En 2015, 30% des 2000 plus grandes entreprises se seront focalisées sur l'amélioration de leurs processus de Lead Management et constateront une augmentation de 5 à 10% de leur chiffre d'affaires... »

L'application complémentaire **Neolane MRM™** augmente les capacités de Neolane Leads en permettant la gestion globale des ressources marketing de l'entreprise. Neolane MRM offre notamment une planification collective autour d'un plan unique et rapproche en temps réel le prévisionnel et les résultats. Parfaitement intégré à Neolane Leads, Neolane MRM permet de basculer entre les plans et résultats de haut niveau et les campagnes individuelles – le tout dans un environnement unique.

Fonctionnalités complètes de Lead Management

Neolane Leads permet aux marketeurs B2B de gagner en contrôle sur le pipeline marketing avec des services complets pour l'acquisition de leads à partir de multiples sources, pour le scoring des leads, pour le suivi du pipeline marketing, et pour l'interfaçage avec des systèmes d'automatisation des forces de vente y compris Microsoft Dynamics, Oracle CRM On Demand et Salesforce.com.

Acquisition, nettoyage et enrichissement des données prospects

Les marketeurs B2B récoltent en permanence de nouveaux prospects à partir d'une multitude de sources: les individus issus du carnet d'adresse des équipes commerciales (un processus automatisé avec Neolane Leads), les individus ayant répondu à une campagne de marketing direct, les appels entrants dans leur centre d'appels, les visiteurs sur leurs sites Web, et les fichiers de prospects achetés.

Avec ses fonctionnalités complètes de Web tracking, de tracking des emails, de landing pages et questionnaires multi-écrans, ses fonctions de chargements de listes et de nettoyage de données, Neolane Leads permet le chargement permanent de nouveaux individus dans votre datamart ou data warehouse marketing.

Les interactions répétées avec les mêmes individus enrichissent votre connaissance de leurs intérêts, niveaux décisionnaire dans le processus d'achat, échéanciers, et budgets – transformant progressivement des activités disparates en leads marketing qualifiés.

Web Tracking

Neolane Leads vous permet de suivre le comportement des visiteurs connus et anonymes sur votre site Web et des sites affiliés.

Le mécanisme de suivi est léger et peut être rapidement mis en œuvre en insérant une seule balise JavaScript sur toutes les pages à suivre à des fins marketing. Ce mécanisme vous permet de déduire et d'identifier et comprendre l'intérêt de tous prospects pour vos produits et services alors même qu'ils naviguent sur votre site ou celui d'un partenaire.

Le tracking anonyme vous permet de capter des informations sur les prospects avant que vous ne les ayez identifiés. Ce comportement est annexé aux individus après qu'ils se soient identifiés, en remplissant un questionnaire sur une landing page par exemple.

Comme nous le verrons plus tard, les activités de navigation peuvent être prises en compte dans le calcul du score d'un lead.

Tracking des emails

De même que pour le tracking Web, Neolane Leads vous permet de capturer toutes les ouvertures de mails ainsi que les clics individuels réalisés dans les emails que vous envoyez aux clients et prospects. Comme nous le verrons plus loin dans ce livre blanc, les ouvertures et clics dans les emails sont aussi des paramètres qui peuvent être utilisés pour calculer le score d'un lead.

Landing Pages

Neolane Leads offre de multiples landing pages prêtes à l'emploi et rapidement configurables. Des exemples de landing pages incluent l'inscription à un événement marketing, la souscription à une newsletter, et l'offre d'une documentation marketing en ligne en échange du remplissage d'un questionnaire.

Questionnaires multi-écrans personnalisés

Une option de Neolane Leads, Neolane Survey Manager™ permet le déploiement rapide de questionnaires en ligne multi-écrans personnalisés.

À travers une interface intuitive, les marketeurs peuvent rapidement créer des questionnaires personnalisés en support d'objectifs tels la qualification des leads, la mesure de la satisfaction ou l'inscription à un séminaire.

Des rapports dédiés permettent aux équipes marketing de rechercher, suivre et analyser les résultats recueillis auprès des répondants. Les informations recueillies enrichissent les enregistrements des individus dans Neolane Leads, permettant en outre le scoring des leads, la segmentation et le ciblage.

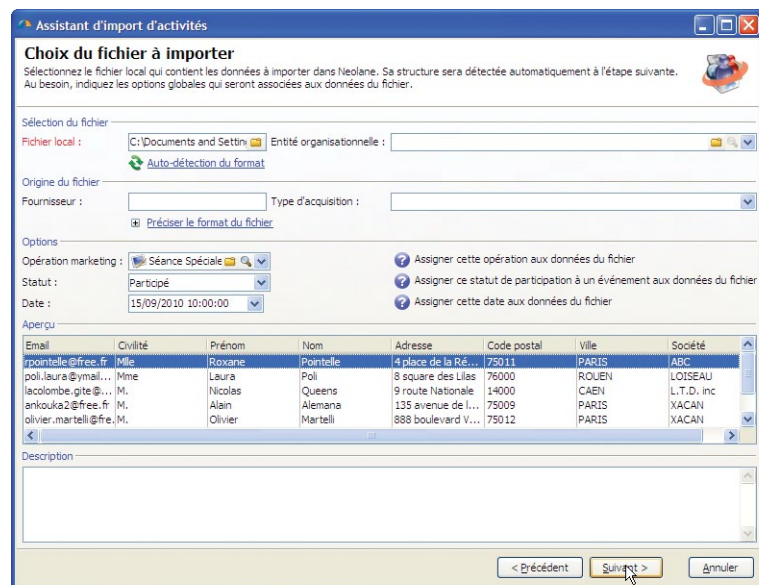
Assistant d'import de fichiers

Neolane automatise le chargement des fichiers externes de prospects dans votre datamart ou data warehouse marketing. Ces fichiers peuvent être achetés auprès d'un courtier ou provenir d'activités marketing non gérées par Neolane Leads (badges scannés lors d'un salon professionnel, un programme d'achat de mots-clés auprès d'un moteur de recherche, des activités de co-marketing avec un partenaire, etc.)

Un processus en deux étapes simule l'impact du chargement du fichier sur votre entrepôt de données avant d'effectuer l'import définitif – le tout pour éviter des dommages involontaires à votre datamart ou data warehouse.

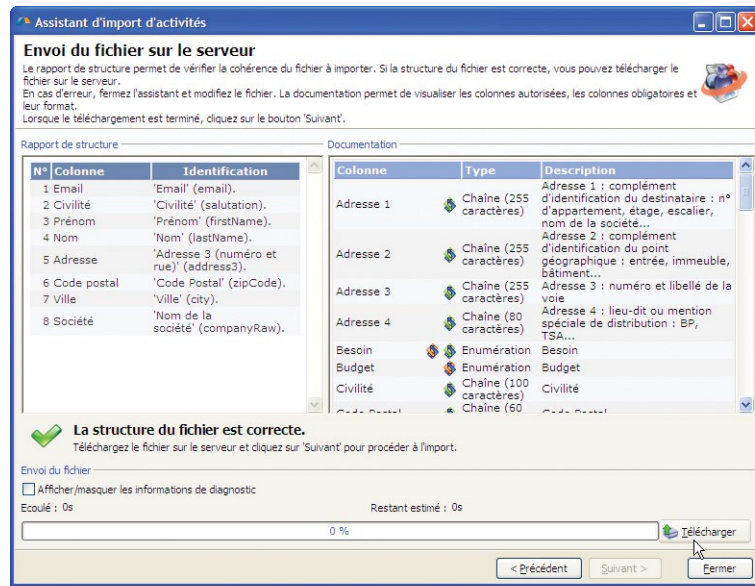
Différents formats de fichiers (texte séparé par des tabulations, texte séparé par des virgules, etc.) peuvent être chargés. Les marketeurs peuvent à ce moment là utiliser des menus déroulants intuitifs pour décrire la liste dans le but de cibler, segmentations ou reporting futurs. La liste des champs de qualification inclut :

- L'origine du fichier (par exemple, « Badges scannés au salon mondial Alpha »)
- Le type d'activité marketing (par exemple, « Moteur de recherche »)
- La campagne marketing (par exemple, « Lancement du produit Gamma »)
- La date de chargement



Email	Civilité	Prénom	Nom	Adresse	Code postal	Ville	Société
fpontelle@free.fr	Mlle	Roxane	Pointelle	4 place de la Ré...	75011	PARIS	ABC
poli.laura@ymal...	Mme	Laura	Poli	8 square des Lilas	76000	ROUEN	LOISEAU
lacombe.gite@...	M.	Nicolas	Queens	9 route Nationale	14000	CAEN	L.T.D. inc
ankouka2@free.fr	M.	Alain	Alemans	135 avenue de ...	75009	PARIS	XACAN
olivier.martelli@fre...	M.	Olivier	Martelli	888 boulevard V...	75012	PARIS	XACAN

Des menus déroulants intuitifs permettent de décrire le fichier.

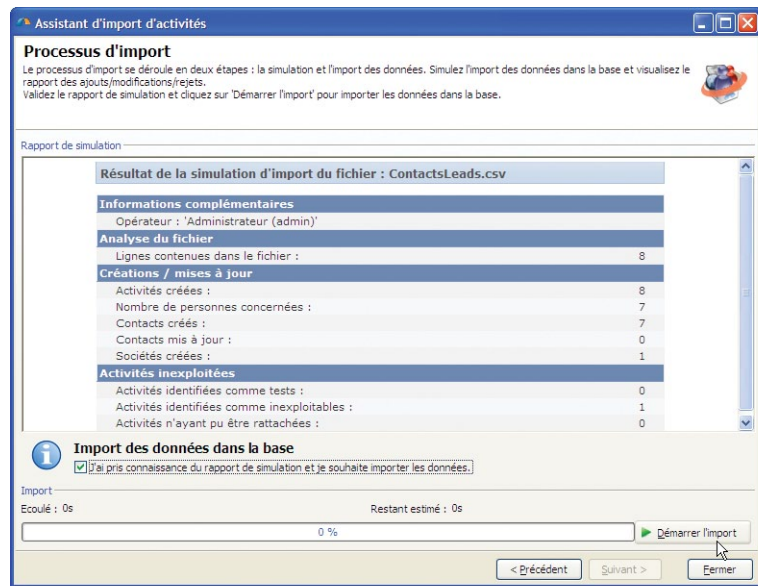


Affectation rapide des entêtes aux champs normalisés dans votre entrepôt de données.

L'import de la liste initiale est mis en quarantaine à l'extérieur de votre entrepôt de données Neolane Leads. L'assistant d'import explore la structure du fichier et vous permet d'affecter rapidement les entêtes aux champs normalisés dans votre datamart ou data warehouse.

Une simulation de chargement est alors réalisée. Un rapport est mis à la disposition qui précise le nombre de nouveaux contacts sur le point d'être importés, et ceux qui seront rejetées pour manque d'information suffisante.

Si la simulation est satisfaisante, l'import peut être effectué de façon définitive et la liste sera importée dans l'entrepôt de données de Neolane Leads, avec la tranquillité d'esprit que le chargement de la liste externe conserve bien la qualité de votre entrepôt de données marketing.



Une simulation des chargements garantit la qualité de votre entrepôt de données

Nettoyage automatique des données

Le processus de nettoyage des données de Neolane Leads, un workflow configurable, est déclenché automatiquement dès qu'une liste externe est importée, un individu remplit un questionnaire, ou un ou plusieurs contacts sont transmis à Neolane Leads depuis votre système CRM.

Le nettoyage des données dans Neolane Leads est un processus d'exécution continu visant à atteindre le plus haut degré de qualité de données. Il englobe un certain nombre d'opérations, énumérées ci-dessous, qui sont exécutées automatiquement lorsque de nouveaux individus et leurs activités marketing arrivent dans l'entrepôt de données marketing :

- Rattacher un individu connu et attacher de nouvelles activités
- Créer un nouvel individu à la volée
- Rattacher des activités à une organisation connue
- Créer une organisation à la volée
- Nettoyage général des données et normalisation (civilité, entreprise, etc.)
- Détecter et rejeter un contact inutilisable si l'information est insuffisante

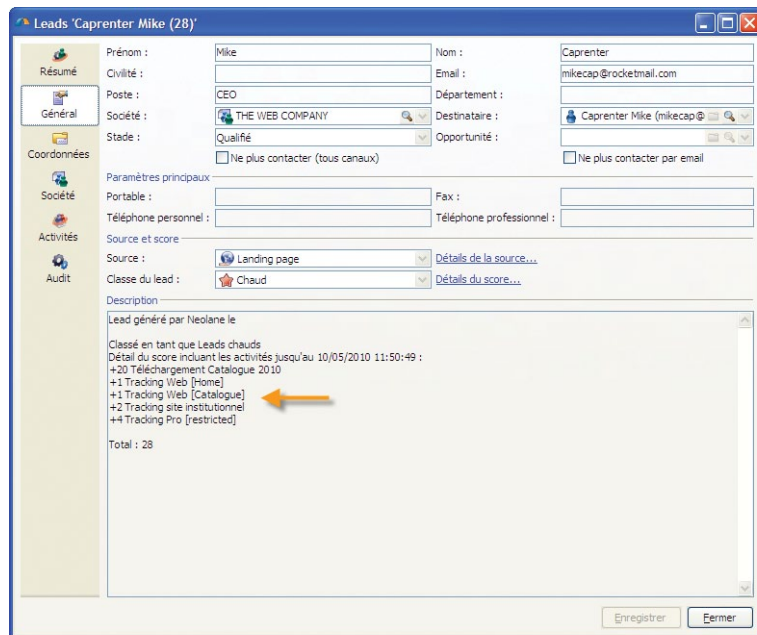
Scoring continu des leads market

À la fin du processus automatisé de nettoyage, les individus acceptés dans l'entrepôt de données de Neolane Leads sont dès lors nommés « leads marketing » ou « leads » en abrégé. Ce changement automatique de statut déclenche le calcul du score du lead.

Le moteur de scoring de lead fonctionne en continu et en temps réel. Il est appliqué à tous les nouveaux leads entrants ainsi qu'aux leads existants auxquels une ou plusieurs nouvelles activités marketing sont attachées. Un nouveau comportement sur le Web peut, par exemple, augmenter le score d'un lead, déclencher sa transmission au centre d'appel, et provoquer un appel sortant du télémarketing.

Des méthodologies reconnues de scoring de leads telles que le BANT sont prises en charge, mais vous pouvez aussi définir votre propre calcul de score à partir des informations déclarées par le prospect ou des informations induites telles que l'historique de navigation, l'abonnement à une newsletter, le nombre de clics dans les emails, les documents téléchargés, etc.

Les capacités de scoring continues de Neolane Leads offre une visibilité complète sur l'état d'avancement de votre pipeline marketing, tant au niveau agrégé qu'au niveau de l'individu.



Leads 'Caprenter Mike (28)'

Prénom : Mike Nom : Caprenter
 Email : mikecap@rocketmail.com
 Poste : CEO Département :
 Société : THE WEB COMPANY Destinaire : Caprenter Mike (mikecap@...)
 Stade : Qualifié Opportunité :
 Ne plus contacter (tous canaux) Ne plus contacter par email

Paramètres principaux
 Portable : Fax :
 Téléphone personnel : Téléphone professionnel :

Source et score
 Source : Landing page Détails de la source...
 Classe du lead : Chaud Détails du score...

Description
 Lead généré par Neolane le
 Classé en tant que Leads chauds
 Détail du score incluant les activités jusqu'au 10/05/2010 11:50:49 :
 +20 Téléchargement Catalogue 2010
 +1 Tracking Web [Home]
 +1 Tracking Web [Catalogue] ←
 +2 Tracking site institutionnel
 +4 Tracking Pro [restricted]
 Total : 28

Enregistrer Eerder

Vue temps réel du statut d'un lead

Règles de scoring configurables

Neolane Leads supporte actuellement trois méthodes distinctes de scoring numérique des leads. Les paramètres de chaque méthode sont entièrement configurables.

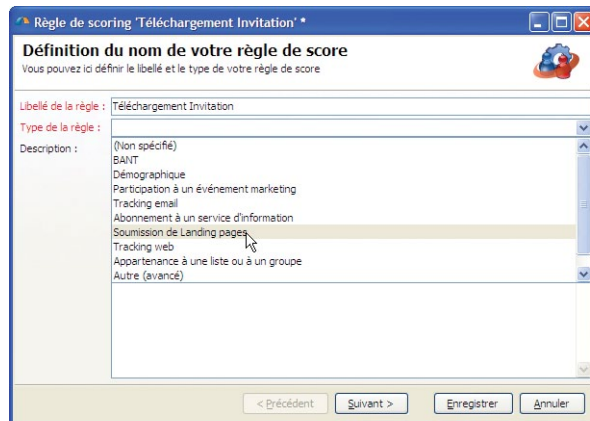
BANT : « Budget, Authority, Need, Timeframe ». BANT est une méthodologie de scoring des leads B2B largement adoptée. La méthodologie BANT calcule et attribue un score numérique aux leads en fonction de la disponibilité d'un budget pour l'acquisition de votre produit ou service, le niveau d'autorité de l'individu dans l'organisation, l'adéquation de votre solution aux besoins de l'organisation et l'échéancier d'achat.

Démographiques : Cette méthodologie de scoring de leads est calculée en attribuant et en additionnant des points positifs ou négatifs aux paramètres « démographiques » qui qualifient ou disqualifient un individu pour vos produits et services. Les paramètres qui peuvent affectés des points positifs ou négatifs dans votre calcul de scoring de leads sur mesure comprennent :

- Civilité
- Le code sectoriel
- Le nom de domaine de l'email
- La taille de l'organisation (nombre d'employés)
- Le chiffre d'affaires

Comportement : Cette méthode met l'accent sur l'individu avec qui vous interagissez, en attribuant et totalisant des points positifs ou négatifs aux comportements et réponses des individus. Les activités qui peuvent augmenter ou baisser le score comprennent :

- Réponse à une landing page
- Inscription à une newsletter
- Documents téléchargés
- Nombre d'emails ouverts
- Nombre d'emails lus
- Le nombre de clics sur le Web
- Nombre d'événements auxquels l'individu a participé
- Fréquence des activités
- Récence des activités



Définition aisée de règles de scoring de leads

Simplifier la communication avec vos forces de ventes

Neolane Leads vous permet de définir une correspondance entre l'échelle de score numérique et des étiquettes plus intuitives telles « Chaud » « Tiède » et « Froid » ou « A » « B » « C » et « D » ou bien toute autre catégorisation plus intuitive de votre choix. C'est cette étiquette intuitive qui est visible par les équipes commerciales lorsqu'un lead leur est transmis.

Routage des leads vers les équipes commerciales et les programmes de maturation

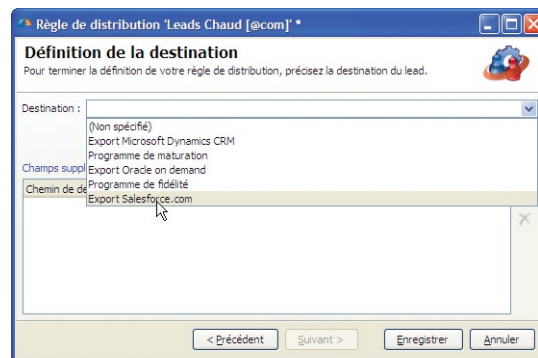
Des règles de transmission flexibles vous permettent de router certains leads vers différentes équipes commerciales ou bien des programmes de maturation marketing internes à Neolane Leads. Neolane Leads vous permet de définir la transmission à de multiples équipes de vente. Par exemple, un lead « Chaud » pourra être transmis à votre équipe de vente grands comptes, tandis qu'un lead « Tiède » sera passé à votre équipe télémarketing, et un lead « Froid » entrera dans un programme de maturation. Pour assurer la transmission des leads aux équipes commerciales, Neolane Leads offre des connecteurs avec les applications d'automatisation des ventes Microsoft Dynamics, Oracle CRM On Demand et Salesforce.com.

L'historique marketing global de chaque lead (participation à des séminaires, activités Web, réponses aux programmes de maturation, etc.) est visible aux commerciaux depuis leur application d'automatisation des ventes.

Les commerciaux peuvent accepter et convertir un lead en opportunité commerciale, accepter mais ne pas convertir le lead immédiatement, renvoyer un lead au marketing, ou bien demander à ce qu'il soit supprimé. Depuis l'interface de leur application d'automatisation des ventes, les commerciaux peuvent également inscrire tout individu dans un programme marketing – telle une newsletter régulière, l'entrée dans un programme de maturation ou bien une invitation à un événement marketing à venir.

Les connecteurs de Neolane Leads, Microsoft Dynamics, Oracle CRM On Demand et Salesforce.com, facilitent une collaboration avancée entre les équipes marketing et commerciales. Ainsi, par défaut, tous les contacts personnels générés par vos équipes commerciales et stockés dans leur application d'automatisation des ventes sont régulièrement chargés dans Neolane Leads.

L'équipe de consultants de Neolane et ses partenaires intégrateurs ont effectué de nombreuses connexions de Neolane Leads aux outils CRM du marché autres que les trois supportés en standard (Salesforce.com, Oracle CRM On Demand, Microsoft Dynamics).



Définition du routage des leads vers les programmes de maturation ou les équipes commerciales.

L'unification des programmes de génération de demande, de communication client et de maturation des leads

« Nous estimons que la moitié des nouveaux clients recrutés annuellement le sont grâce à notre vue à 360° sur nos clients et prospects, et à l'automatisation de nos campagnes d'acquisition, de qualification et de fidélisation rendue possible grâce à Neolane. »

Fabrice Canton, responsable E-Marketing et Edition France au sein du groupe Hager

Les marketeurs B2B doivent exécuter plus de communications sortantes, plus personnalisées, plus fréquemment, au travers de plus de canaux. Neolane Leads vous permet de réunir toutes vos tactiques de communications sortantes dans un effort unique, coordonné par une console visuelle intuitive et facile à utiliser au quotidien, les workflows Neolane.

Les workflows Neolane

Les workflows sont un environnement intuitif de drag-and-drop fonctionnant au cœur de la plate-forme de marketing conversationnel de Neolane. Ils permettent aux marketeurs de concevoir rapidement des programmes de communication qui orchestrent l'envoi de multiples messages à travers de multiples canaux dans le temps.

Les programmes de communication sortants conçus avec les workflows Neolane peuvent être programmé afin de démarrer à un instant donné ou être déclenché automatiquement. Ils sont constitués de tâches automatisées, incluant la segmentation, la validation créative, l'exécution des courriers one-to-one, l'émission de SMS ou MMS, le stockage des réponses, la remise d'une liste d'appels au centre d'appels et la division en plusieurs segments.

Des exemples de tels programmes parmi des centaines possibles sont les suivants :

- Un processus d'invitation à séminaire marketing divise une population cible en plusieurs segments. Les personnes les plus convoités reçoivent une invitation courrier suivie d'un appel du télémarketing, le deuxième segment reçoit une invitation courrier suivie d'un email, et le troisième segment reçoit deux emails consécutifs. Toutes les personnes inscrites reçoivent un rappel par SMS la veille de l'événement. Tous les participants reçoivent un email avec un questionnaire de satisfaction et de qualification le lendemain de l'événement. Des leads qualifiés qui sortent de l'événement sont automatiquement dirigés vers le programme de maturation approprié.
- Un programme de maturation envoie plusieurs sollicitations consécutives par email sur plusieurs mois avec des offres marketing en phase avec le niveau hiérarchique du destinataire : des témoignages clients et des livres blancs sur le retour sur investissement pour les décideurs; des webcasts techniques éducatifs et des livres blancs sur les meilleures pratiques de mise en œuvre pour les influenceurs.
- Un programme mensuel de génération de demande déclenche un email personnalisé vers tous les prospects qui sont entrés dans l'entrepôt de données marketing au cours du mois passé. Les répondants sont mis dans le programme de maturation correspondant.
- Sur une base régulière, un programme de « maturation collective » balaie toutes les influenceurs qui ont récemment manifesté leur intérêt pour une solution donnée sur votre site, identifie et cible leurs collaborateurs décisionnaires connus dans l'entrepôt de données marketing, divise la population, envoie des documents personnalisés par courrier aux personnes ayant une adresse postale, un email à ceux qui une adresse email valide et un appel du télémarketing à ceux qui un numéro de téléphone valide.

- Un programme mensuel de vente additionnelle envoie un message d'accueil à tous vos nouveaux clients, tout en promouvant une offre personnalisée de formation à vos produits.

Neolane Leads vous permet de réunir toutes vos tactiques de communications sortantes dans un effort unique, coordonné par une console visuelle intuitive et facile à utiliser au quotidien, les workflows Neolane.

L'environnement de workflows Neolane vous permet de contrôler les programmes sortants en temps réel, au fur et à mesure qu'ils se déroulent. Par exemple, dans un workflow de programme de maturation, les marketeurs verront le nombre de personnes ciblées, combien sont divisées en sous-segments et en sous-workflows, combien sont en train de répondre aux sollicitations de chaque sous-workflow, combien voient leur score augmenter, et combien sont passés aux équipes de vente – en temps réel.

Il n'y a pratiquement pas de limite au type de programmes marketing que vous pouvez déployer. Dans un processus par étapes, vous pouvez déployer les workflows progressivement, en commençant par les plus critiques, avant de passer à des programmes novateurs.

Une fois qu'ils ont été programmés dans les workflows Neolane, l'exécution de programmes marketing prend beaucoup moins de temps et d'attention. Cela permet de vous concentrer sur d'autres priorités marketing B2B, comme la production d'offres marketing pertinentes et l'enrichissement de votre datamart marketing.

Leadership cross-canal

L'email est devenu le canal de choix pour les communications sortantes, mais le courrier direct reste un élément clé pour de nombreux spécialistes du marketing B2B. De même pour le télémarketing. Les médias sociaux comme Twitter et Facebook sont des canaux prometteurs. Le SMS a prouvé son efficacité dans les stratégies B2B – comme un dernier rappel à assister à un séminaire ou un Webcast, par exemple. En s'appuyant sur la force historique de Neolane dans l'animation de programmes marketing cross-canal one-to-one, Neolane Leads vous permet de fédérer tous ses canaux au sein d'une stratégie de communication unique.

Le séquençage, une vieille règle du marketing B2B, est plus que jamais d'actualité. Appliqué au processus d'invitation pour un événement marketing, la règle prévoit que le taux de réponse globale d'une stratégie cross-canal séquencée (un email, un appel, un courrier) sera supérieure à la somme des taux de réponse de chaque stratégie exécutée individuellement. Neolane Leads excelle dans sa capacité à cibler les personnes à plusieurs reprises par des canaux distincts pour augmenter le taux de réponses. La mise en place de parcours test qui permettent de découvrir le mix et séquençage optimal est une meilleure pratique Neolane.

Leadership email

Neolane a ses racines dans le monde de l'email one-to-one. Parmi nos clients historiques figurent les grands sites e-commerçants qui ont des exigences d'envoi de millions d'emails one-to-one personnalisés lors des différents stades de la relation avec le consommateur en ligne. Ces capacités ont ensuite été adoptées par d'autres marketeurs B2C dans des secteurs économiques variés, et aujourd'hui, par les marketeurs B2B.

Neolane Leads offre un soutien sans faille pour l'exécution des communications par email finement personnalisées :

- Nativement, Neolane Leads offre des fonctionnalités avancées pour faciliter le ciblage, la création et la diffusion des emails personnalisés.
- Une option logicielle de Neolane Leads, Neolane Content Manager™ renforce ces fonctionnalités natives, et permet notamment à des équipes marketing étendues de collaborer à la création et à la mise à jour de tous les messages digitaux (emails, mobiles, etc.) diffusés par la plate-forme Neolane.

Ciblage, création et diffusion des emails

Nativement, Neolane Leads offre un excellent soutien pour toutes les phases de ciblage, de création, et de diffusion des emails.

Un assistant de diffusion email fournit un guide étape par étape pour les marketeurs dans les trois phases de l'exécution email :

- Avant la diffusion, l'assistant accompagne les marketeurs dans la définition de la cible (cible principale, groupe de contrôle, adresses pièges, etc.), la sélection des contenus (variable ou non, créés avec l'éditeur natif HTML, importé ou créé via Neolane Content Manager) et vous permet d'afficher les messages dans différentes boîtes aux lettres électroniques pour contrôler leur affichage. A ce stade, l'assistant effectue également des vérifications de spam et de l'analyse pré-diffusion.
- Pendant la diffusion, l'assistant surveille la réception des emails, les processus de messages rebond, et automatise le processus de renvoi.
- Après la diffusion, l'assistant fournit des rapports opérationnels de diffusion et recueille des informations sur les comportements au niveau individuel. Les rapports mis à la disposition résument la délivrabilité, les clics et les taux de transformation.

Les caractéristiques de l'assistant de diffusion email sont les suivantes :

- **Editeur HTML** : Avec son support pour la mise en forme de message simple, le basculement entre le code HTML et l'aperçu WYSIWYG, l'insertion de champs et de scripts de personnalisation, l'éditeur HTML intégré facilite la création d'emails personnalisés simples.
- **Analyseur de code HTML** : L'utilisation d'un code HTML de haute qualité dans les campagnes email devient critique. De trop nombreux emails contiennent des erreurs mineures qui peuvent conduire à des inconvénients majeurs (déclenchement de filtres anti-spam, mauvais rendu par les messageries en ligne gratuites, emails cassés dans certaines boîtes emails, etc.)

La mise à disposition dans l'assistant d'un outil d'analyse et de correction HTML basé sur l'outil Tidy – un outil standard reconnu dans l'industrie – présente de nombreux avantages :

- Transforme le code HTML en XHTML
 - Répare les erreurs et suggère des corrections
 - Améliore l'accessibilité du contenu pour les utilisateurs malvoyants
 - Optimise l'HTML en supprimant automatiquement le code redondant
- **La gestion d'images** : Neolane Leads automatise le chargement des images des emails sur un serveur Web externe dédié. Dans certaines communications, l'intégration d'images directement dans les messages sortants est préférée. Cette norme email, connu sous le nom Multipurpose Internet Mail Extensions (MIME), est également offerte en standard par Neolane Leads. D'autres fonctionnalités de gestion des images sont offertes telles que la mise à jour du code HTML lorsque les images sont modifiées, et l'évaluation de la visibilité des images par les destinataires.
 - **Spam scoring** : La délivrabilité est devenue un enjeu stratégique pour les organisations qui utilisent l'email comme canal relationnel. Les messages marketing importants doivent atteindre leurs destinataires et non pas tomber dans le dossier spam. La fonctionnalité avancée de spam scoring de Neolane Leads assure que vos contenus sont conformes aux meilleures pratiques d'emailing. Avant une campagne email, un score est calculé en donnant une estimation des chances que l'email soit considéré comme du spam par les ISP. Un diagnostic est annexé au score pour permettre d'identifier les mesures correctives à appliquer au contenu. Les règles appliquées à la fonctionnalité de spam scoring Neolane sont basées sur l'outil SpamAssassin de Apache Software Foundation.

Facile à utiliser à la fois par les équipes marketing et technique, la fonctionnalité de spam scoring dans Neolane Leads offre les avantages suivants :

- Les scores reflètent la gravité des erreurs rencontrées
- Les notes comprennent des suggestions de mesures correctives
- Les règles sont entièrement configurables
- La délivrabilité des campagnes email est optimisée, améliorant les performances des campagnes
- Les équipes marketing sont moins dépendantes des équipes techniques

Option Neolane Content Manager™

L'option logicielle Neolane Content Manager™ est un outil intégré de gestion des supports digitaux de communication utilisés par l'application Neolane Leads™. Neolane Content Manager permet à des équipes marketing étendues de collaborer à la création et à la mise à jour de tous les messages digitaux (emails, mobiles, etc.) diffusés par la plate-forme Neolane.

Gestion des messages cross-canaux

Neolane Content Manager offre une séparation native du contenu et de sa mise en forme. L'usage de feuilles de style standard (CSS, XSL) pour définir la mise en forme et d'une définition XML ouverte des contenus permet cette séparation. Un contenu donné, par exemple un message de confirmation de commande, pourra être diffusé soit par email soit par SMS. Les supports de diffusion offerts par défaut incluent les emails au format HTML, texte, et MIME multi-part, les SMS et MMS et le WAP Push. La création de documents PDF et RTF pour une diffusion électronique est aussi permise. La capacité qu'offre Neolane Content Manager de développer et entretenir des messages indépendamment de leur mode de diffusion électronique contribue grandement à la simplification du marketing cross-canal permise par Neolane.

Personnalisation

Neolane Content Manager permet deux modes de personnalisation. D'une part, des zones de texte dynamiques sont personnalisables à partir des informations de la base de données. D'autre part, Neolane Content Manager offre des fonctionnalités avancées de personnalisation « par blocs ».

La personnalisation par blocs constitue le socle des capacités de marketing one-to-one de la plate-forme Neolane. Des blocs de contenus (plusieurs brandings, plusieurs messages produits, plusieurs contenus éditoriaux, etc.) sont maintenus séparément des gabarits (invitation, email de satisfaction client, newsletter, etc.)

Au sein des gabarits, des règles conditionnelles permettent d'insérer ces blocs prédéfinis en fonction du profil de chaque destinataire. Les blocs peuvent eux-mêmes être personnalisés grâce à des champs de texte dynamiques. Les blocs, personnalisés ou non, sont choisis et insérés à la volée dans les gabarits au moment de l'assemblage des messages.

Au-delà de la personnalisation par zones de texte et par blocs, Le moteur de recommandation d'offres marketing en temps réel de l'application Neolane Interaction™ renforce la personnalisation de vos messages sortants.

Capacité multilingue et multimarque

En s'appuyant sur les capacités de personnalisation par blocs, plusieurs marques et plusieurs langues peuvent partager un gabarit donné. Les capacités multilingues et multimarques de Neolane sont une force de la plate-forme.

Une bibliothèque centrale

Neolane Content Manager fédère et centralise l'ensemble des supports de communication personnalisables (gabarits, blocs, feuilles de style, etc.) dans une bibliothèque centrale. Les supports peuvent être rapidement réutilisés et adaptés pour de nouveaux besoins. La centralisation des contenus permet notamment aux entités marketing centrales d'imposer une identité de marque unique à leurs partenaires marketing régionaux ou internationaux.

Automatisez vos processus créatifs

Les fonctions collaboratives de Neolane Content Manager facilitent le travail en équipe et permettent une répartition des tâches. Les contenus peuvent être préparés simultanément par différents intervenants – au sein de votre entreprise ou auprès de partenaires externes.

Création et édition

Neolane Content Manager permet aux rédacteurs réguliers ou occasionnels de contribuer au processus créatif de manière simple à l'aide d'interfaces de saisie qui ne nécessitent aucune connaissance particulière. Neolane Content Manager peut éventuellement capturer des flux XML ou se connecter à des bases de contenu existantes.

Gestion du cycle de vie des messages

Neolane Content Manager exploite le moteur de workflow Neolane pour une gestion complète du cycle de vie de vos documents – depuis la création et l'acquisition de contenu, la validation, le déploiement jusqu'à l'archivage. Le modèle de sécurité permet une gestion fine des droits et des restrictions de chaque contributeur : rédacteurs, graphistes, contributeurs occasionnels, responsables, administrateur.

Courrier

Neolane Leads offre un support natif pour exécuter une à une des campagnes courrier. Neolane Leads gère à la fois le publipostage simple ainsi que l'impression numérique variable qui insère des blocs de contenus personnalisés au sein des différents articles du courrier. Les partenariats avec les fournisseurs de technologies mondiales dont Xerox et des prestataires de services locaux « print and mail » facilitent l'adoption du courrier dans votre mix cross-canal.

Le workflow Neolane prend en charge le séquençage automatisé de l'ensemble des mesures directes de traitement du courrier, y compris :

- La définition de la cible
- L'extraction et la production des fichiers de fusion one-to-one
- La production de fichiers créatifs d'impression numérique variable
- La transmission des dossiers d'exécution vers l'interne ou l'externe

Canaux mobiles

Neolane Leads supporte nativement les SMS, MMS et WAP Push. Les partenariats Neolane avec Netsize et mBlox, réseaux mondiaux de messagerie mobile, permettent d'envoyer des messages mobiles dès le premier jour de votre adoption de la plate-forme Neolane. Vous pouvez tirer parti de l'interactivité offerte par ces réseaux, y compris la prise en charge des réponses SMS et MMS entrants pour des sollicitations mobile sortants.

Centre d'appels

Neolane Leads permet d'intégrer des campagnes de télémarketing dans vos programmes marketing sortants. L'environnement de workflows Neolane offre un support pour le routage des listes d'appel avec leurs scripts associés vers des applications de télémarketing ou de centre d'appels.

Autres canaux

Bien qu'ils ne soient pas offerts nativement par l'application Neolane Leads, l'équipe Professional Services Neolane et les partenaires intégrateurs de Neolane ont une vaste expérience dans l'insertion des canaux sortants suivants dans vos programmes marketing sortants :

- Les médias sociaux (Twitter et Facebook)
- Point de vente
- TV
- DAB
- Bannières publicitaires

Neolane Interaction™, un produit complémentaire de Neolane Leads augmente ses capacités marketing one-to-one grâce à des recommandations marketing en temps réel partagées par les canaux entrants et sortants.

Optimiser Chaque Message, Tirer Parti de Chaque Contact Entrant avec Neolane Interaction™

Neolane Interaction™, un produit complémentaire de Neolane Leads augmente ses capacités marketing one-to-one grâce à des recommandations marketing en temps réel partagées par les canaux entrants et sortants.

Neolane Interaction rassemble vos offres de marketing B2B (livres blancs, invitations à des événements, études de cas, témoignages vidéo, séminaires Web à la demande, etc.) dans un catalogue central. Toutes les offres sont qualifiées pour définir « leurs règles d'éligibilité » telles que « ce livre blanc est éligible à tout décideur dans chaque organisation dans laquelle il y a un lead actuellement identifié pour la solution Alpha », ou « cette étude de cas est éligible à tout Directeur R&D dans chaque organisation qui a actuellement un lead pour la solution Beta ».

Optimiser chaque message sortant

Le moteur de recommandation peut être appelé par les programmes sortants pour insérer une ou plusieurs offres personnalisées dans un message sortant, comme une newsletter mensuelle.

Avec un catalogue d'offres marketing complet, où chaque offre est décrite grâce à des règles d'éligibilité discriminantes, Neolane Interaction s'assure que chaque communication sortante est optimisée pour faire progresser chaque destinataire au sein de votre pipeline marketing.

Tirer parti de chaque contact entrant

Au cours d'une visite Web ou lors d'un appel vers le centre d'appels, Neolane Interaction propose l'offre optimale aux visiteurs en temps réel. Insérer les contacts entrants dans votre mix marketing crée autant d'opportunités supplémentaires pour générer de la demande ou faire progresser un lead.

Mettre en place des stratégies de maturation collective

Ensemble, la combinaison de Neolane Leads et Neolane Interaction permet un véritable « marketing conversationnel B2B » qui sollicite chaque individu impliqué dans le processus d'achat à chaque opportunité de contact, et se calque ainsi sur les meilleures méthodes de vente B2B.

Conjointement, les deux produits Neolane permettent des stratégies de « maturation collective » qui propagent automatiquement l'intérêt pour vos produits et services au sein des organisations acheteuses pour accélérer les cycles d'achat et augmenter le taux de conversion de vos leads marketing en opportunités commerciales.

Le marketing central-local

L'option logicielle Neolane Distributed Marketing™ s'adresse aux marketeurs B2B qui ont des besoins d'exécution de campagnes marketing centrales et locales.

L'option Neolane Distributed Marketing vous permet de maintenir un catalogue central de campagnes marketing et les mettre à disposition des entités marketing locales. Les entités marketing locales (équipes marketing en région ou à l'étranger ou partenaires) peuvent, à leur tour, localiser rapidement des modèles de campagnes centrales afin de répondre à leurs besoins locaux tout en respectant les chartes visuelles et les meilleures pratiques centrales.

L'option Neolane Distributed Marketing s'adapte à votre modèle unique de commercialisation distribuée. Les modèles de scoring de leads peuvent être spécifiques dans chaque région. Par ailleurs, les équipes marketing locales peuvent soumettre des campagnes locales aux entités centrales, afin qu'elles soient approuvées et mises à disposition des autres entités locales.

Une option largement utilisée, Neolane Distributed Marketing a fait ces preuves sur le terrain. Cette option s'est souvent avérée clé dans l'adoption rapide par les équipes marketing locales de nouveaux processus de marketing conversationnel B2B.

Reporting et analyse

Neolane Leads offre des fonctions complètes de reporting et d'analyse pour suivre la performance de votre marketing conversationnel B2B et sa contribution à votre performance commerciale.

Avec des tableaux de bord complets, Neolane Leads vous permet de visualiser la forme et le volume de votre pipeline marketing en temps réel. Des rapports standard vous permettent de mesurer l'impact de chaque initiative marketing sur votre pipeline commercial et sur votre chiffre d'affaires. Ces rapports standard incluent le coût par lead, le coût par opportunité et le revenu par programme.

Neolane Leads permet également aux utilisateurs marketing de créer rapidement des rapports personnalisés qui répondent à leurs besoins spécifiques en analyse. Enfin, Neolane Leads permet d'automatiser la génération de rapports et leur publication sur le Web ou leur envoi par email.



Création simplifiée de rapports par les utilisateurs finaux.

Conclusion

En recentrant le marketing sur les individus qui influencent et décident des achats, Neolane Leads apporte la force du marketing conversationnel aux marketers B2B.

En recentrant le marketing sur les individus qui influencent et décident des achats, Neolane Leads apporte la force du marketing conversationnel aux marketers B2B. Neolane Leads augmente l'efficacité et l'efficacité des équipes marketing et leur permet de contribuer de façon mesurable à la performance de l'entreprise. En une seule application, Neolane Leads vous permet d'alimenter, d'enrichir, de visualiser et de contrôler votre pipeline marketing, d'unifier vos programmes de génération de demande, de communication client, et de maturation des leads – tout en démontrant votre contribution à la performance commerciale.

Complété par les applications et option Neolane MRM™, Neolane Survey Manager™, Neolane Content Manager™, Neolane Interaction™ et Neolane Distributed Marketing™, Neolane Leads offre une plate-forme puissante et complète d'automatisation du marketing B2B pour aborder tout l'éventail des besoins marketing B2B, des plus simples aux plus complexes. La solution Neolane d'automatisation du marketing B2B vous permet d'adopter le marketing B2B conversationnel étape par étape. Tout part avec l'automatisation d'un premier programme de communication sortant, celui que vous estimez être le plus prioritaire. A partir de là, votre imagination de marketeur est la seule limite.

Neolane Leads permet aux marketers de nouer une relation personnelle avec chaque individu impliqué dans le processus d'achat, imitant ainsi les meilleures méthodes de vente B2B.

Neolane Leads est une application au sein de la plate-forme de marketing conversationnel Neolane. La plate-forme Neolane est entièrement développée sur une architecture orientée services (SOA). Elle tire parti de services Web standards pour s'intégrer aisément avec vos systèmes d'information existants.

À propos de Neolane

Neolane propose la seule technologie de marketing conversationnel qui permet aux entreprises de créer et optimiser des dialogues continus en one-to-one avec chaque individu. Grâce à une plate-forme logicielle intégrée aux capacités reconnues dans la gestion des emails et la fusion entrant/sortant, les équipes marketing accroissent rapidement leur efficacité et leur impact sur le chiffre d'affaires. Directement née dans l'univers digital, la plate-forme Neolane est simple et amusante à utiliser, à la fois pour les utilisateurs standards et experts. Agile et tourné vers futur, Neolane a prouvé sa capacité à aider ses clients à s'adapter aux nouveaux défis du marketing et à exploiter les nouvelles opportunités plus rapidement que ses concurrents. Neolane est utilisé par plus de 250 entreprises à travers le monde dont Sony Music, Alcatel-Lucent, Orange, Sears Canada et Sephora.

Neolane SA

18 rue Roger Simon Barboux
94110 – Arcueil
France

Téléphone : +33 (0)1 41 98 35 35

info@neolane.fr
www.neolane.com

États-Unis

Royaume-Uni

France

Pays nordiques

© 2010 Neolane SA. Tous droits réservés.

Ce livre blanc est publié à titre informatif seulement. Neolane SA n'apporte aucune garantie, expresse ou implicite, dans ce document.

Sauf mention contraire, les dénominations sociales, les logos, les produits et marques cités dans ce document sont la propriété de Neolane SA ou de ses filiales. Ils ne peuvent être utilisés sans l'autorisation écrite préalable de Neolane.