

Des modèles de cross & up-selling pour optimiser vos revenus

Comment optimiser vos revenus en augmentant la valeur de vos clients ?

Comment les inciter à consommer plus de vos produits et services ? Comment les convaincre d'acheter d'autres produits chez vous ? Et comment atteindre ces objectifs en limitant votre investissement marketing ?

Votre défi est de savoir quels clients contacter avec quel message et d'identifier le bon moment et le bon canal de communication. Car tous les clients n'ont pas le même potentiel de croissance ni la même probabilité d'acquérir de nouveaux produits.

WDM Belgium vous aide à répondre à ces questions et à optimiser votre stratégie et vos campagnes de Cross et Upsell.

Nous vous proposons une solution sur mesure en analysant votre clientèle et en développant un modèle performant qui permet de "scorer" chaque client et de prédire son comportement futur par rapport à votre entreprise, vos produits et services. La qualité de nos solutions repose sur deux éléments-clés : un set de données uniques et le service d'experts en analyse et data mining.

Des données uniques pour comprendre vos clients

Des modèles de Cross et Upsell directement applicables.

WDM Belgium enrichit votre base de données et combine ainsi vos données internes (données transactionnelles, données financières, ...) avec un large éventail d'informations socio-démographiques et lifestyle issues de CONSU-matrix, son fichier de référence.

Nos modèles sont directement exploitables et peuvent être implémentés au sein de votre base de données. Vous pourrez les utiliser pour bien cibler et optimiser vos campagnes tant pour des campagnes "one-shot" que pour des campagnes "event-based".

Par ailleurs, le travail d'analyse effectué permet de vous offrir également un aperçu des variables les plus influentes au sein du modèle. Ce qui vous permet de développer simultanément la connaissance de vos clients.

Expertise et techniques de pointe à votre service

En outre, nos experts analysent vos besoins et déterminent les données internes sur vos clients utiles au développement du modèle.

Une fois l'environnement de données préparé, ils mettent en place une solution en utilisant des techniques et outils statistiques de pointe.

Vos avantages

Nos modèles de Cross Sell sur mesure constituent un outil unique pour mettre en place des campagnes plus efficaces.

Vous pourrez ainsi :

- > Mieux comprendre quels clients sont susceptibles d'acquérir de nouveaux produits ou de consommer plus des produits qu'ils n'en achètent déjà
- > Identifier quel nouveau produit proposer à différents segments de clients en fonction de leur profil et leur situation afin d'optimiser vos taux de conversion et réduire vos coûts d'acquisition
- > Mettre en place des campagnes Cross Sell permanentes, tant outbound qu'inbound, afin de proposer à chacun la meilleure offre au meilleur moment
- > Identifier les clients sans potentiel de croissance afin d'éviter de gaspiller votre budget marketing en essayant de leur vendre de nouveaux services.

Testimonials

De nombreuses entreprises ont déjà fait appel à WDM Belgium pour développer un modèle de Cross ou Upsell. Des entreprises issues de différents secteurs : finances, assurances, télécommunication, FMCG, retail, ...

Un témoignage de l'un de nos clients du secteur média :

Un acteur important du secteur de la presse a chargé WDM Belgium d'étudier au sein de son fichier clients les différences entre le profil des abonnés à un seul magazine et des abonnés à 2 magazines.

Une première analyse du profil socio-démographique des 2 groupes a permis de constater de réelles différences.

Sur cette base, il a été décidé de développer un "modèle de Cross et Upsell" afin d'identifier, parmi les abonnés mono-produit, les clients ayant la probabilité la plus grande de souscrire à un abonnement au second magazine.

Le "modèle de Cross Sell" a donc été construit en utilisant un set de données combinant les variables socio-démographiques de WDM Belgium et un certain nombre de données internes de l'entreprise. La technique choisie était celle d'un "Decision Tree" selon la méthode "CHAID".

Le modèle a ensuite été appliqué à l'ensemble du fichier clients afin d'identifier les clients les plus intéressants à contacter au sujet du deuxième magazine.

Le fichier ainsi scorié a été fourni au client qui a ainsi mieux pu cibler ses campagnes de Cross Sell.



DATA INTELLIGENCE

VOUS SOUHAITEZ PLUS D'INFORMATIONS ?

Nos experts en **DM et Data Intelligence** se feront un plaisir de vous rencontrer et d'analyser

avec vous ce qu'un modèle de cross-selling peut rapporter à votre entreprise.

Cross & Upsell Model

QUELS CLIENTS CONTACTER AVEC QUEL MESSAGE ? IDENTIFIEZ LE BON MOMENT ET LE BON CANAL DE COMMUNICATION !