

CUSTOMER SUCCESS STORY **LEAD MANAGEMENT**

Philips booste les revenus de son pipeline grâce à une nouvelle gestion des prospects et campagnes B2B



9 M€

C'est la valeur totale des nouvelles opportunités d'affaires enregistrées après seulement neuf mois d'utilisation d'Oracle Marketing Cloud (module gestion de campagnes en synergie avec les outils commerciaux CRM).

Avec ses divisions Santé Grand Public et Systèmes Médicaux, Royal Philips compte parmi les plus grandes entreprises HealthTech au monde. Le groupe, qui interagit chaque jour avec des milliers de clients par le biais de multiples canaux de communication, croit fermement que nouvelles technologies et engagement client font partie de la même équation. Soucieux de réunir individus et données par-delà les frontières des marchés, Philips a décidé de lancer l'initiative Digital@Scale, un programme de transformation numérique qui englobe les technologies CRM et Campagne numérique. Objectif : transformer les deux volets de la gestion de la relation client (B2B et B2C) sur l'ensemble de ses divisions opérationnelles réparties sur une soixantaine de pays.

L'entreprise a d'abord mis l'accent sur ses modèles de campagne B2B et de gestion de prospects à l'échelle internationale, avec la mise en place d'un processus intégré et cohérent lui permettant de jouir d'une visibilité et d'une maîtrise accrues sur le cycle de prospection dans son ensemble.

DÉFIS

- Multiples définitions du terme "prospect" et méthodes de travail fragmentaires.
- Processus de conversion des requêtes en opportunités encore trop manuel, pas assez automatisé.
- Faible visibilité des équipes Marketing et Vente sur le cycle de prospection dans son ensemble.
- Mesure inefficace des indicateurs clés de performance (KPI).

SOLUTIONS

- Intégration d'Oracle Eloqua au sein de la plateforme de prospection pour une gestion exhaustive à la fois des campagnes et des prospects. Découverte d'une nouvelle façon de travailler en CRM B2B.
- Mise en œuvre d'une structure de suivi des prospects exploitable par toutes les divisions.
- Mise au point d'un système de gestion des données clientèle parfaitement sécuritaire, standardisé et approuvé à l'échelle mondiale.
- Introduction d'un nouveau tableau de suivi des KPI.

RÉSULTATS

Sur les marchés pilotes (R-U et Irlande), les nouvelles structures de gestion des campagnes et prospects sont venues alimenter le pipeline d'un total de 600 prospects qualifiés (MQLs) pour une valeur de 9 M€. Autres résultats notables :

- Production instantanée de rapports exhaustifs sur le déroulement des campagnes et les points à améliorer.
- Excellente visibilité des équipes Marketing et Vente sur les prospects (nouveaux comme existants) et synergies accrues entre les différents services autour des opportunités commerciales.

- Meilleure qualification des prospects - les commerciaux ne reçoivent plus que les "poussières d'or", à savoir les prospects les plus importants.
- Génération de prospects de meilleure qualité, notamment grâce aux activités numériques.

La réussite du pilote au R-U et en Irlande a convaincu le groupe de déployer ces nouveaux outils à l'international (plus de 16 marchés répartis sur une soixantaine de pays) en plus d'étendre leur utilisation au nurturing des prospects et aux campagnes de réengagement.

Pour en savoir plus: oracle.com/fr/marketingcloud