

ACSI Sales se déclinent autour de trois grands axes de l'activité de l'entreprise : marketing, commercial et service client :

- L'automatisation des activités de marketing de l'entreprise (ou Enterprise Marketing Automation) permet la planification et l'automatisation des campagnes de prospection ou de fidélisation. Ces modules EMA proposés permettent de générer automatiquement une action personnalisée déclenchée par un évènement (ex : envoi d'un courrier de bienvenue suite à un abonnement) ou en fonction d'une action programmée (exemple : relance téléphonique suite à une campagne). L'application est capable de gérer des règles de gestion complexes afin d'optimiser l'efficacité des interactions avec le client (ex : nombre maximum de sollicitation sur une période donnée, génération d'échantillons de population test ou témoin, etc.).
- L'automatisation de la prise en charge commerciale du client (ou Sales Force Automation) apporte aux équipes commerciales toute l'information pertinente pour répondre aux besoins des clients en temps réel (ex : exposition aux campagnes, réactions, historique des devis et commande, gestion des affaires et du chiffre réalisé ou prévisionnel, gestion des documents avec versionnage de ceux-ci.)
- Le support du service client (ou Client Service Support) permet d'apporter au client un service optimum en mettant à profit la « base de connaissance » le concernant (ex : le SAV dispose en temps réel des informations concernant les produits que vous utilisez et les éventuelles demandes précédentes).

Outre ces dimensions opérationnelles, les solutions GRC proposent un module analytique permettant de forer la base de données aux fins de modélisation (ex : segmentation client, répartition du CA par secteur et par stade de vente...).

Ses nombreux modules reposent tous sur la même base de données. Bien que toutes les informations soient liées entre elles, nos modules sont indépendant et permettent à nos client de faire évoluer leur GRC en fonction de leur besoins et de leur budget.

### **Une Révolution dans la culture de l'entreprise**

Bien que l'on emploie aujourd'hui fréquemment le terme GRC (ou son équivalent anglais CRM) pour désigner les suites progiciels apportant les fonctionnalités nécessaires à la concrétisation de cette nouvelle approche, la gestion de la relation client ne se limite pas à la mise en œuvre d'une solution informatique mais implique une révolution dans la culture d'entreprise.