

Xerox

Au service du marketing d'entreprise

Marketing Direct, 1 To 1, Transpromo

Christophe Montané
Xerox Global Services



Le Groupe Xerox en quelques chiffres

Offre XEROX

Xerox est le leader mondial de la gestion du document, offrant le portefeuille de produits, services et solutions le plus large du marché.

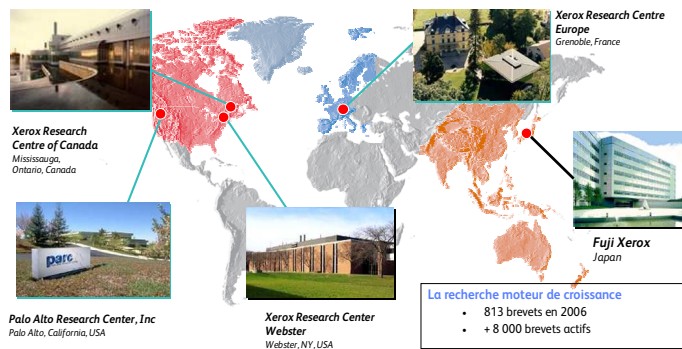


XEROX Chiffres-clés

Chiffres 2007

	Monde	Europe	France
Chiffre d'affaires	17,2Mds\$	4.6 Mds\$	1 Mds\$
R&D	912 m\$ Palo Alto (PARC), Grenoble ...		
Collaborateurs	57.400	13.800	2.700
Couverture géo.	130 pays	17 pays	Nationale

La recherche : moteur de croissance



XEROX GLOBAL SERVICES

	Monde	Europe	France
Chiffre d'affaires	3,4 Mds\$	872 m\$	153 m\$
Collaborateurs	15.000	4.100	1.050
Contrats	7.000	1.500	180

Croissance continue à 2 chiffres du CA depuis 3 ans
Recrutements massifs pour assurer la croissance :
100 personnes par an depuis 2005

Nos clients nous consultent pour ...



DES GAINS OPERATIONNELS

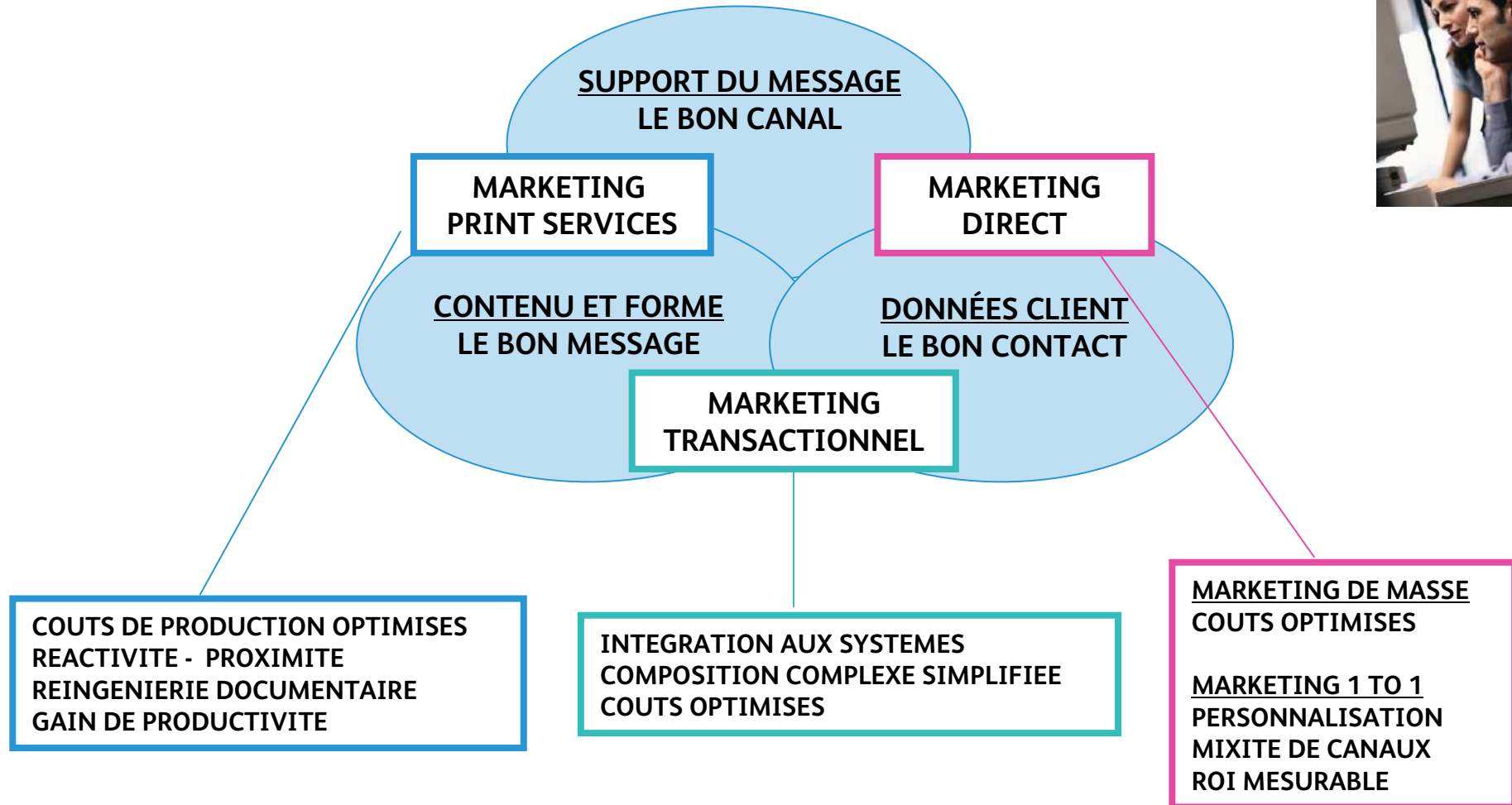
- Optimisation des coûts de production de documents commerciaux et marketing
- Fluidité de la création à la distribution aux points de ventes / clients finals

UN SUPPORT AUX INITIATIVES MARKETING ET COMMERCIALES

- Personnalisation des Communications = Unicité du client contacté
- Amélioration de l'expérience client : « moins et mieux de communications »
- Génération de trafic en réseau et de « Face à Face Commercial »
- Rétention client : mieux connaître mon client et développer l'intimité client
- Programmes de fidélité et de multi détention de produits et services



Les Services Xerox « Marketing d'Entreprise »



Services de Marketing Direct

**COMMENT, À BUDGET ÉQUIVALENT,
CONTACTER , SOLLICITER PLUS DE CIBLES PLUS SOUVENT ?**

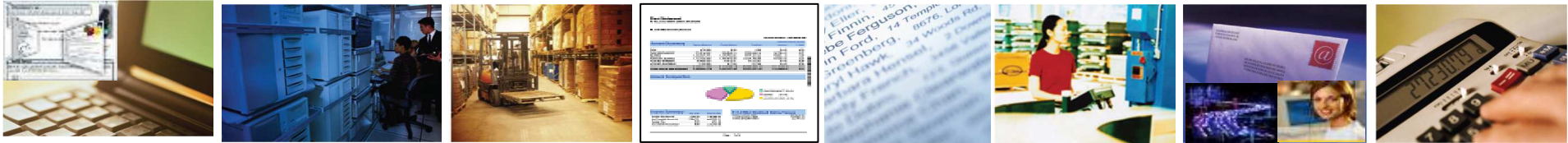
Les axes de réponses

**AXE 1 = OPTIMISER LES COÛTS DE CAMPAGNES
INDUSTRIALISER LES CAMPAGNES**

**AXE 2 = COMMUNIQUER MOINS ET MIEUX
MARKETING 1 TO 1 - MULTI CANAL**

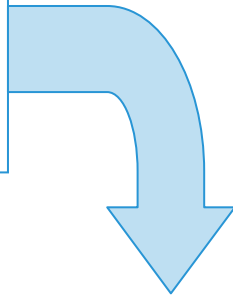
**AXE 3 = CAPITALISER SUR DES COÛTS DE COMMUNICATIONS EXISTANTS
MARKETING TRANSPROMO**

Services de Marketing Direct



Services de Marketing Direct : Marketing 1 to 1

INDIVIDUALISER
les messages
pour **MAXIMISER**
les retours



UN SERVICE DE COMMUNICATION BASÉ SUR LE « PARCOURS CLIENT »

Des messages hautement personnalisées selon de 3 grands types d'événements CRM :

- Au cycle de vie de la personne et son entourage (âge, situation de vie, sexe...)
- Au cycle de vie des contrats détenus (échéance...) : objectif de fidélisation
- Au cycle de vie de la Marque (produits, point de vente, interlocuteur commercial...)

Xerox intervient

- Pour des campagnes à haut niveau de **segmentation**
- Pour de la production de messages assemblés **individuellement**
- En **automatisant** les communications en fonction des éléments liés au **parcours client**

Services de Marketing Direct : Marketing 1 to 1

VENTE PAR CORRESPONDANCE « READERS DIGEST »

Campagnes Marketing Direct - Canal Papier

Objectif Client :

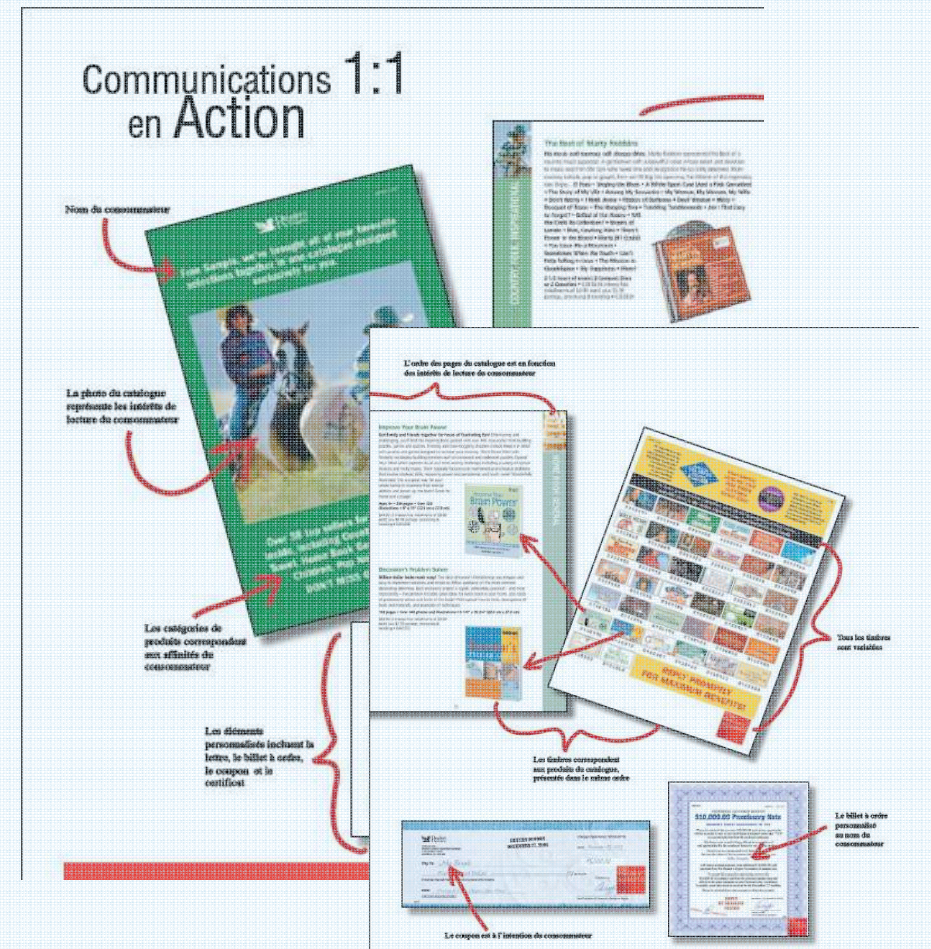
- Stimuler les ventes croisées sur produits ciblés

Solution Xerox :

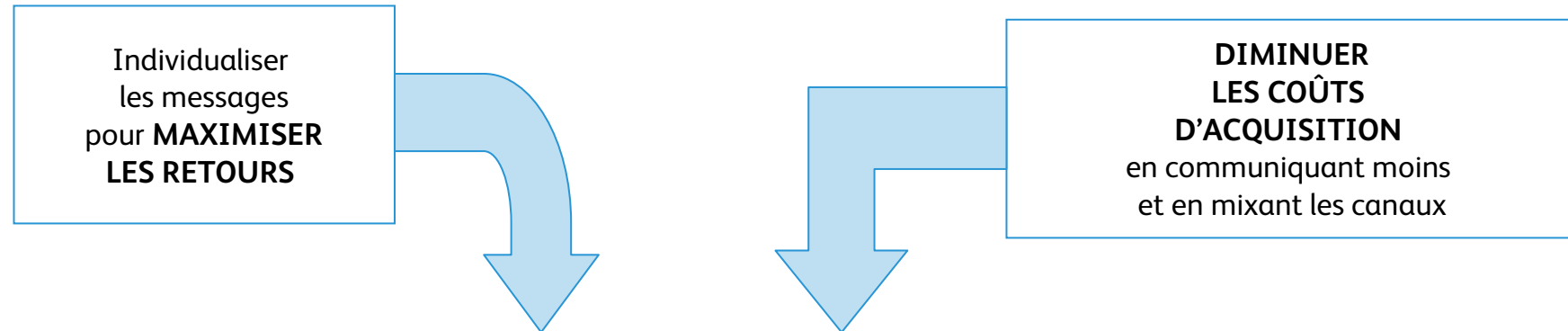
- Conseil en stratégie marketing
- Segmentation de bases
- Refonte Graphique de la brochure commerciale
- Composition Dynamique de flux
- Production Expédition des brochures

Résultats (Test 2 vs Contrôle)

- Taux de réponse acheteurs de livres : + 83 %
- Taux de réponse acheteurs de cd : + 35 %



Services de Marketing Direct : Multi Canal Structuré



UN SERVICE DE COMMUNICATION BASÉ SUR LE « PARCOURS CLIENT »

L'USAGE STRUCTURÉ DES CANAUX DE COMMUNICATIONS EST CLÉ

Le media électronique permet de diffuser largement à moindre coût.

Néanmoins quelques chiffres :

- Les taux de désabonnement de sollicitation par Email n'ont jamais été aussi élevés
- Le sentiment d'emprise (intrusion) est élevée
- 7 français sur 10 portent une attention plus importante à une information reçue par courrier papier vs internet
- 65 % conservent plus un courrier papier vs électronique

Le mix optimisé EFFICACITE du canal vs COUT est fondamentale.

Xerox intervient donc pour faire *varier de manière structurée l'usage des canaux de communications*



Services de Marketing Direct : Multi Canal Structuré

Envoi Information



Call to Action Validé ?

Oui

Email spécialisé



Call to action réalisé ?

Oui

Multi Canal

1. Envoi email
2. Envoi Courrier



Non

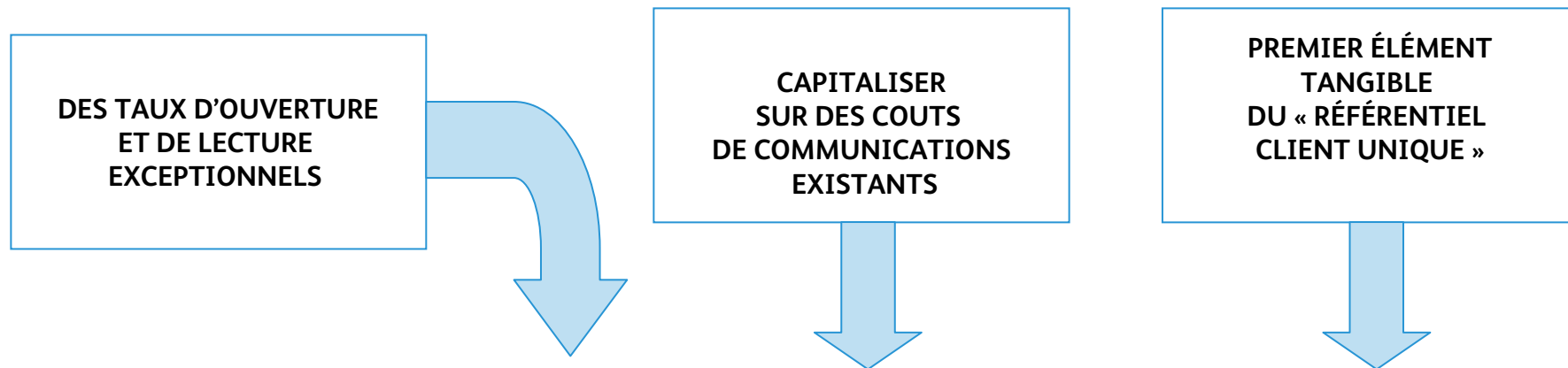
1. Envoi Courrier
2. Stop Pression

Programme Fidélisation à la marque

Services de Marketing Direct : TransPromo

DEFINITION

Insertion d'un message Promotionnel dans un support de communication Transactionnel ou message de gestion (facture, relevé, informations contractuelle)



CAPITALISER SUR UN MEDIA PIVOT DE LA RELATION CLIENT = LA TRANSACTION !

CONTACT TRANSACTIONNEL INEXPLOITÉ

DES BASES COMPLEXES ET ISOLEES

Xerox intervient en intégrateur des données Transactionnelles et Commerciales.

Nos savoirs faire, technologies et services permettent de créer une structure cohérente et de matérialiser la Relation Client Unique.



Services de Marketing Direct : TransPromo

Campagnes Marketing Direct - Canal Traditionnel

Objectif Client :

- Augmenter les Taux de retour
- Augmenter la contribution annuelle
- Augmenter le taux de Mensualisation

Solution Xerox :

- Refonte Graphique
- Segmentation base (CSP, appétence, genre, âge)
- Composition Dynamique de flux
- Production
- Mesure et retraitement des données

Résultats :

- Taux de retour global : X 2 , un pic X 10 sur les 3 premières semaines
- Augmentation moyenne des contributions sur répondants : + 40 \$
- Taux de transformation « mensualisation » : 90 %

How much is it going to cost?

The Canadian Government predicts that the cost of post-secondary education will continue to rise...

Year of Birth	Year of School Entrance	Estimated Cost of 4-Year Program* (at home)	Estimated Cost of 4-Year Program* (over four years)
2004	2022	\$ 60,760	\$112,143
2003	2021	\$ 59,010	\$108,877
2002	2020	\$ 57,260	\$105,706
2001	2019	\$ 55,510	\$102,627
2000	2018	\$ 54,000	\$ 99,638
1999	2017	\$ 52,429	\$ 96,736
1998	2016	\$ 50,902	\$ 93,918
1997	2015	\$ 49,419	\$ 91,183
1996	2014	\$ 47,980	\$ 88,527

* Based on 3% increase per year in inflation by index.

Think > Plan > Do Plan Now For Your Children's Future Education

Your Plan Details:

(as of September 30, 2004)

Andrew James Kenneth Sample
Contract # 8434913

	Principal	CESG	Interest	Total at Maturity
No increase in contribution	\$900	\$211	\$60	\$1,171
You currently have	\$2,762	\$653	\$5,014	\$8,429
Increase contribution by \$25/month	\$5,819	\$1,264	\$10,964	\$18,037
You currently have \$1,177	\$8,874	\$1,875	\$12,205	\$23,054
Increase contribution by \$100/month	\$14,087	\$3,008	\$18,470	\$35,565

Kyle Joseph Sample
Contract # 9328025

	Principal	CESG	Interest	Total at Maturity
No increase in contribution	\$667	\$193	\$40	\$1,000
You currently have	\$3,770	\$736	\$6,224	\$10,730
Increase contribution by \$25/month	\$6,412	\$1,264	\$12,968	\$20,756
You currently have \$1,090	\$9,654	\$2,032	\$14,289	\$25,974
Increase contribution by \$100/month	\$16,139	\$3,329	\$21,027	\$40,595

Kurt Zachary Sample
Contract # 9328033

	Principal	CESG	Interest	Total at Maturity
No increase in contribution	\$667	\$197	\$34	\$1,008
You currently have	\$3,537	\$781	\$7,268	\$11,587
Increase contribution by \$25/month	\$6,821	\$1,478	\$14,726	\$23,025
You currently have \$1,088	\$10,302	\$2,174	\$15,901	\$28,467
Increase contribution by \$100/month	\$17,268	\$3,587	\$23,369	\$44,232

Mr. Sample,
As the charts illustrate, by simply increasing your monthly contribution, this will have a substantial impact to the value of your Heritage Education RESP by the Plan's maturity!



Contribution Form

Mr. Sample, if you'd like to increase your monthly contributions, and maximize your CESG, simply complete the following:

Andrew James Kenneth Sample
Contract # 8434913
 \$25 \$50 \$100
 Other Amount \$ _____

Kyle Joseph Sample
Contract # 9328025
 \$25 \$50 \$100
 Other Amount \$ _____

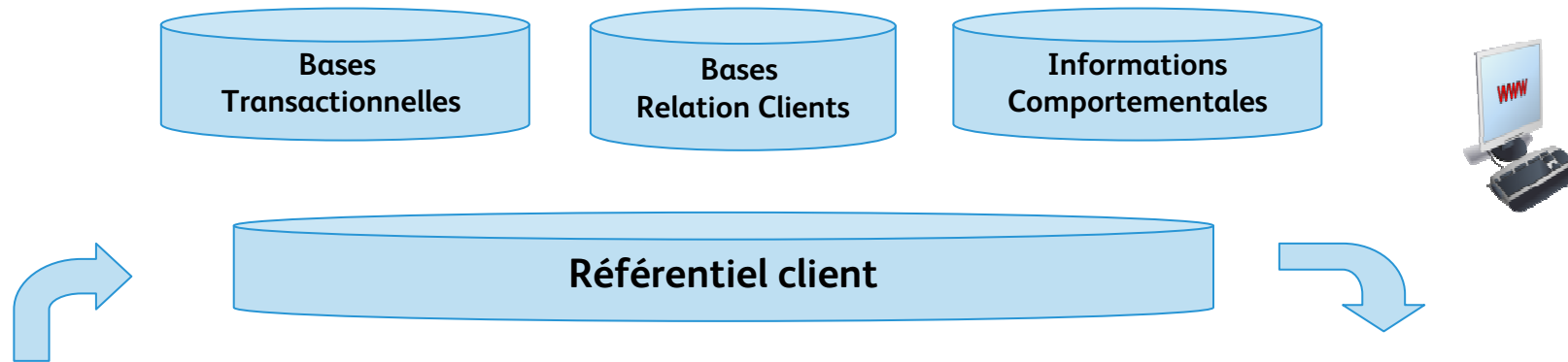
Kurt Zachary Sample
Contract # 9328033
 \$25 \$50 \$100
 Other Amount \$ _____

Monthly Pre-Authorized Deposit (Please enclose a cheque marked VOID.)
 I authorize the Heritage Educational Foundation to make withdrawals from the account specified on the enclosed VOID cheque.
 Has your financial situation changed? Yes No

PLEASE ENCLOSE CHEQUE FOR THE AMOUNT REQUESTED. PLEASE MAKE CHEQUE PAYABLE TO THE HERITAGE EDUCATIONAL FOUNDATION.
Note: A Heritage Educational Funds representative may contact you to discuss the details of your contribution.
 By signing this form you are making a contribution under the Income Tax Act, Charitable Organizations Act, and the Canada Education Savings Grant Act.
 The funds represented herein are for educational purposes only. They represent the anticipated payments for students who have received their tax assessment.
 A cheque may require processing under a. enclosures may include in the future, and funds may not be available in value terms. 1. Certain restrictions apply.



Services de Marketing Direct : TransPromo



Xerox : Un dispositif opérationnel sur mesure

XEROX DATA CENTRE

PREPARATION DES DONNEES

Complétude
Scoring - Segmentation



SCENARISATION DES CAMPAGNES

Automatisation
Règles Multi Canal
Mesure de Performances



COMPOSITION DYNAMIQUE

Création de matrices
Liens dynamiques vers les bases
Production Logique



XEROX PRODUCTION SERVICES

REINGIENERIE DOCUMENTAIRE

Comptoir Documentaire
Conseils en Image et en Création
Publications Electroniques



PRE PRESSE

Exécution Graphique
Services de Traduction
Gestion de Bases Images



PLATEFORME D'ACHATS

Devis en ligne
Benchmark Prix de 250 Imprimeurs
Facturation Unique

PRODUCTION IMPRIMEE / ROUTAGE

25 Contrats Editiques
8 Plateformes Editique Régionales
20 Premiers Partenaires en France



PRODUCTION ELECTRONIQUE

Automatisation des flux sortants
Tri Regroupement Lotissement
Diffusion de emails



Pour vous accompagner au mieux (1/ 2):

1 - ETUDE D'OPPORTUNITÉ pour EVALUER

- A/ Les bénéfices commerciaux possibles
- B/ Les gains économiques
- C/ Les « quick wins » possibles ?

Qui réalise cette étude ?

- Xerox et / ou
- Partenaires Conseils Marketing Stratégique et / ou
- Partenaires Etablis de nos clients (Agences, Prestataires ...)

Quel format ?

- Etude Flash
- Mission de conseil
- Atelier de Travail Client

Pour vous accompagner au mieux (2/ 2)

2 – LAB 1 TO 1 EN ENVIRONNEMENT CONTRÔLÉ

- Création et production d'une campagne échantillon pour valider les hypothèses
- Environnement réel et contrôlé collégialement



3 – REDACTION D'UN SCHEMA « SERVICES MARKETING »

- Technologies = architecture, intégration aux systèmes clients,
- Processus et Organisation = donneurs d'ordre, flux de production, délais
- Ressources = disponibilité, interaction avec les métiers, conduite du changement

Merci de votre attention.