



5 stratégies de marketing relationnel pour optimiser votre ROI

Qu'est-ce que le marketing relationnel ? Quelles sont les techniques de marketing relationnel les plus efficaces pour optimiser son retour sur investissement ? Voici 5 leviers stratégiques axés sur l'interaction.

Avec l'ère du digital, il n'a jamais été aussi simple d'entrer en contact avec ses clients. C'est précisément **la force du marketing relationnel : l'interaction.**

Même si le marketing traditionnel, ou marketing transactionnel, est encore de mise, il est indispensable d'intégrer une relation sur le long terme pour prospérer.

Voici 5 stratégies de marketing relationnel pour optimiser votre retour sur investissement.

Qu'est-ce que le marketing relationnel ?

Définition : Le marketing relationnel est un domaine d'action stratégique ayant pour but de **créer une relation durable et authentique entre votre marque et vos clients.**

Cette pratique *customer centric* rend possible un taux d'acquisition, de satisfaction et de fidélisation accru, du fait de **la personnalisation de la communication.**

Le marketing relationnel suppose une étude des intérêts de vos clients potentiels, pour proposer une offre directement adaptée à leurs besoins.

Qui dit marketing relationnel, dit abandonner la méthode marketing des « 4P » (trop centrée produit) pour adopter celle des « 4C » (centrée client) :

- **Client :** analyse des besoins, des centres d'intérêts, des attentes et des valeurs ;
- **Coût :** au delà de la rentabilité d'un produit ou d'un service, prise en compte du budget client

et du prix psychologique ;

- **Commodité** : mise en place d'un parcours d'achat optimisé et pensé pour répondre le plus efficacement aux attentes du client ;
- **Communication** : une communication élargie tendant vers du conseil, des informations pertinentes ; création d'un haut niveau de confiance envers votre marque.

Voir notre article : Des 4P aux 4C : j'arrête de penser produit pour penser client !

Les clients n'achètent pas seulement un produit, ils achètent du sens, des valeurs, une histoire et une utilité directe. Le marketing relationnel consiste justement à être en mesure de transmettre tous ces éléments.

Pour optimiser votre investissement en terme de communication, il existe des leviers stratégiques très simples à mettre en place.

Comment optimiser son ROI par le marketing relationnel ?

Passer d'une méthodologie marketing traditionnelle, axée sur le produit ou le service, à une stratégie relationnelle tournée vers le client demande quelques ajustements.

Une fois votre plan de communication définis, vous pourrez lancer votre campagne puis en analyser les effets par le ROI.

Le ROI : indicateur d'une campagne couronnée de succès ?

Le ROI, ou *Return On Investment*, mesure le taux de retour des actions marketing menées par l'entreprise. Pour les activités du web, le CPA (coût par clic) est pertinent pour évaluer l'efficacité d'une campagne de communication.

Grâce au ROI, vous mesurez le taux de conversion de votre plan média et évaluez ainsi la rentabilité de votre démarche marketing.

Voici 5 stratégies de marketing relationnel qui vous permettront d'optimiser votre ROI.

1) L'e-mailing marketing.

Un des canaux les plus efficaces d'acquisition et de fidélisation de la clientèle est tout simplement l'e-mail.

Plus de 50% des entreprises qui utilisent l'e-mail marketing le considèrent comme un très bon outil en terme de retour sur investissement.

2) La présence sur les réseaux sociaux.

Pour être efficace, le marketing relationnel doit induire un échange avec votre communauté. Les réseaux sociaux sont là pour ça.

Les internautes passent en moyenne près de 2 heures par jour sur les réseaux sociaux. Une plage de disponibilité qu'il est indispensable de conquérir.

Apprenez à développer et animer votre communauté sur vos pages sociales ; montrez-vous réactif et disponible. Soyez à l'écoute de votre audience en lui laissant la possibilité de donner son avis par

exemple. Incluez un bouton de contact et répondez aux messages ainsi qu'aux commentaires de façon personnalisée.

Si le temps vous manque, faites appel à des community managers.

Pour optimiser votre présence sur les réseaux sociaux, voir aussi notre article : Comment animer une communauté virtuelle ? 25 astuces

3) Le service client au coeur du marketing relationnel.

Que le service client se fasse à distance ou en point de vente, l'impression qu'il laissera aura une grande incidence sur l'image de votre entreprise.

L'expérience client est un point central de votre stratégie de marketing relationnel. En tant que tel, et d'un point de vue humain, faites en sorte que le discours de vos collaborateurs, leur posture et leur comportement soient en adéquation avec votre image de marque et vos valeurs.

Voir aussi notre article : Comment améliorer l'expérience client ? 20 pistes

4) Une communication stratégiquement ciblée.

Pour qu'une communication soit efficace il faut qu'elle soit adaptée à la cible.

Les entreprises disposent aujourd'hui de nombreux outils d'analyse leur permettant de comprendre et de répondre aux attentes de leur cible.

Proposer un message adapté au segment de clientèle qui vous intéresse, est un des facteurs de réussite de votre stratégie relationnelle, et par conséquent d'optimisation de votre ROI.

Voir aussi notre article : La segmentation marketing : définition, critères, exemples

5) Le marketing de contenu.

En proposant du contenu web attractif et répondant aux recherches de vos prospects, vous attirez du trafic vers votre site internet. Vous augmentez ainsi le potentiel d'engagement sur vos publications.

Opter pour une stratégie de **référencement naturel (SEO)** dans sa pratique digitale, voire d'**inbound marketing**, est toujours très intéressant pour consolider sa présence en ligne.

Voir aussi notre article : 10 bonnes pratiques d'inbound marketing

Modèles de documents Excel gratuits conçus par WikiCréa :

- **modèle de plan financier : cliquez ici,**
- un **facturier** permettant d'établir devis et factures : **cliquez ici pour y accéder,**
- un **livre de recettes, obligatoire pour les auto-entrepreneurs : cliquez ici pour y accéder,**
- un **modèle de suivi de trésorerie : cliquez ici pour y accéder.**

Créez votre entreprise directement en ligne.

WikiCréa a sélectionné **Legalstart** pour vos formalités de création d'entreprise en ligne, tout simplement parce qu'il s'agit de l'offre la plus complète et la moins chère du marché. **Cliquez ici pour en savoir plus et débiter vos démarches en ligne.**