BUSINESS CASE

LADN D A T A By Doc Marketing

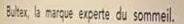


ERIC LETERTRE
Responsable
commercial

Les Ateliers Complémentaires PLV ET AGENCEMENT DE POINT DE VENTE

Spécialiste de l'agencement de magasin, de l'aménagement de boutique, de décoration de vitrine, de l'impression de PLV, ou encore de supports produit et linéaires





LeSonmelLab Bultex collabore avec l'European Siesp Center et l'INSEP" sur l'amélioration de la performance par le sommeil chez les sportifs de teut riveau.











POUVEZ-VOUS NOUS PRESENTER

VOTRE AGENCE?

Les Ateliers Complémentaires sont basés dans la Nièvre et nous sommes spécialisés dans la PLV et l'agencement de point de vente. Notre cœur de métier est la PLV métal. Nous sommes composé de 2 structures indépendantes : un bureau d'études et un atelier d'impression numérique. Notre effectif tourne autour d'une dizaine de personnes pour un chiffre d'affaire d'environ 2 millions d'euros.

QUI SONT VOS CLIENTS?

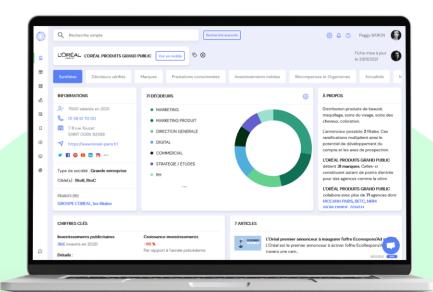
Nous travaillons principalement avec des PME. Mais nous avons également dans notre portefeuille de grandes marques comme Cofel en literie qui regroupe les marques Bultex, Epeda, Merinos ou des marques d'épiceries fines comme la Batelière ou Albert Menez.

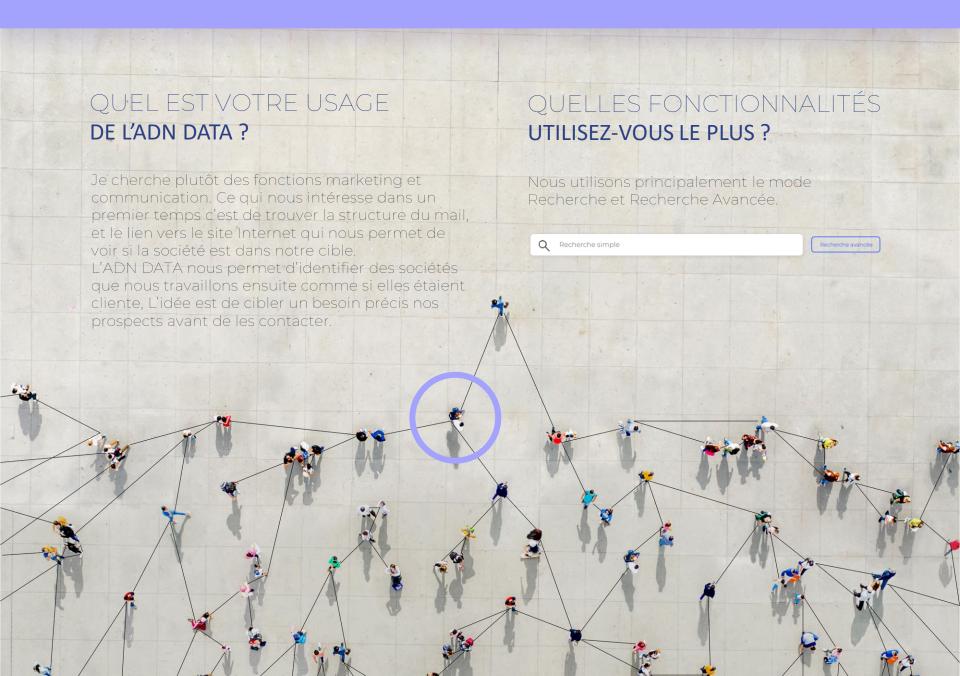
QUEL EST VOTRE USAGE DE L'ADN DATA ?

Je l'utilise en prospection « pur et dur ». Quand je cible un secteur comme l'épicerie par exemple je vais chercher tous les individus présent sur ce secteur.

Le CRM me permet aussi de préparer mes appels. En effet, grâce à l'ADN DATA j'identifie un panel de prospects sur lesquels je vais mener une petit enquête qui va me permettre ensuite de les adresser par mail ou par téléphone, pour leur proposer un produit qui permette d'améliorer l'existant.

« L'ADN data permet de mieux cibler, de gagner du temps et d'avoir des infos qualifiées. »







LES POINTS FORTS DE L'ADN DATA?

L'ADN DATA nous permet de mieux cibler, de gagner du temps et d'avoir des infos qualifiées. Sur les salons, je prends les stands en photo et ensuite je regarde si je trouve la société dans L'ADN DATA.

Quand elle n'y est pas je contact le sucess manager pour m'accompagne

COMMENT TRAVAILLIEZ-VOUS AVANT L'ADN DATA?

Avant on avait un process classique à base de mailing de masse, de scratch (tel), de visites par secteur. Mais il y a eu un avant et un après covid, avec un trou de 2 ans pendant lesquel il a fallu trouver d'autres façon de travailler.

Si avant, on envoyait un mailing généraliste sur 1000 ou 2000 adresses aujourd'hui on privilégie des mailing ciblés sur 100 à 300 adresses. Et nous constatons un taux d'ouverture qui est bien supérieur!

« L'ADN DATA est la première étape à la prospection. Une sorte de pré-prospection!»





L'ADN A FACILITÉ **VOTRE TRAVAIL?**

L'ADN DATA, UNE SOLUTION DE

PROSPECTION COMMERCIALE QUALIFIÉE

Depuis plus de 20 ans, L'ADN Data (ex Doc Marketing) accompagne de nombreuses sociétés dans le développement de leurs activités commerciales et marketing. Durant ces derniers mois, et pendant les différents confinements, ces métiers ont évolué de façon exponentielle, ce qui a amené les équipes à s'interroger sur leurs missions et à modifier la solution en profondeur pour devenir L'ADN Data.

L'ADN Data appartient à L'ADN Groupe et à son média L'ADN, dont l'objectif commun est d'aider les entreprises à s'orienter dans un monde qui change, de raconter les innovations complexes et de décrypter l'époque. « À L'ADN Groupe, nous voulons participer à l'émergence de la nouvelle économie en accompagnant les entreprises par le récit, en les connectant aux données utiles », explique Adrien de Blanzy, président de L'ADN Groupe.





L'ADN DATA VOUS PERMET D'ACCÉDER À DES DONNÉES

ESSENTIELLES POUR DÉVELOPPER VOTRE ACTIVITÉ!





DATA By Doc Marketing

data.ladn.eu