

La fidélisation client, c'est l'affaire de tous

Kompass multiplie les services pour ses clients

Kompass propose désormais à ses clients des offres packagées, négociées avec de multiples prestataires. En se positionnant comme facilitateur de business, le spécialiste de l'information des entreprises réussit à fidéliser nombre de PME.

Offrir toujours plus à ses clients ! Afin de leur apporter en permanence de nouveaux services, Kompass a décidé de miser sur une politique de partenariats avec divers acteurs professionnels. Ce spécialiste de l'information sur les entreprises fournit à tous ceux qui souhaitent toucher une cible professionnelle l'activité, les coordonnées, les chiffres-clés... de 2,3 millions d'entreprises dans 64 pays. Mais, pour fidéliser ses clients, Kompass a décidé de leur proposer de nouvelles offres qui leur permettent de faire plus avec ses services de base de données. Comme l'illustre cette offre commune d'annuaire en ligne réalisée avec **EmailStrategie** spécialiste de l'e-mailing et du Web marketing. Ils proposent donc désormais une solution "tout-en-

un" d'e-mailing B to B, associant la création de messages à des services de ciblage, de routage ou encore de tracking, le tout avec des adresses d'entreprises provenant de la base de Kompass. « *Nous voulons étoffer notre offre, mais surtout apporter à nos clients un service qu'ils ne trouveront pas ailleurs* », précise Laurent Ghesquier, responsable marketing client chez Kompass. Le même accord a été signé avec Jouve pour une offre de mailing papier.

Toujours plus de services
« *Avec ces offres faciles d'utilisation, nous allons attirer des PME qui ne disposent pas de gros moyens et qui n'auront pas à se tourner vers différents prestataires pour accéder aux mêmes types de services.* » Les entreprises satisfaites du succès des campagnes marketing organisées via ces partenariats souhaiteront probablement réutiliser les services de Kompass. « *Nos clients doivent pouvoir accéder à un ensemble de services, de prestations que nous avons négociés pour eux* », confie Laurent Ghesquier, qui cite un nouveau partenariat signé en juin 2009 avec SVP, société spécialiste de l'accompagnement opérationnel.

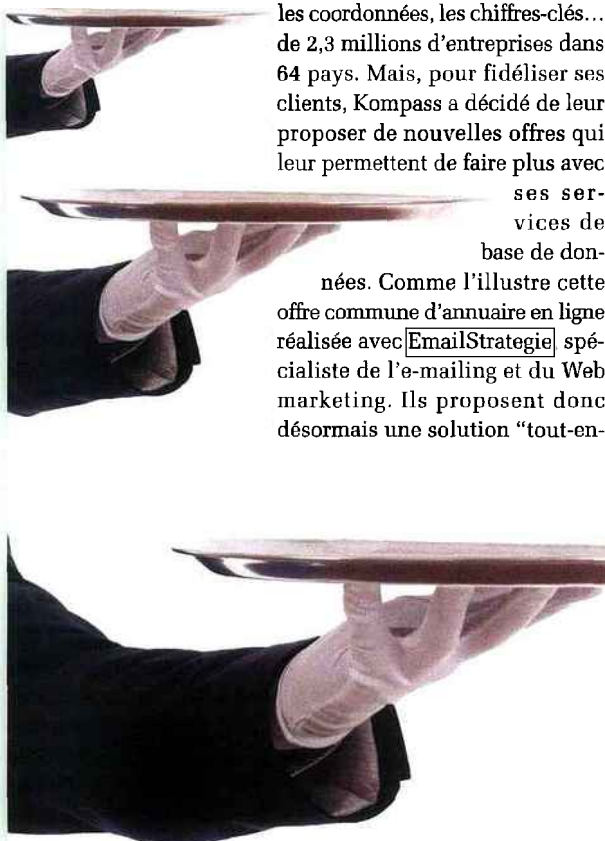
Désormais, via ce partenariat, les clients de Kompass pourront obtenir des réponses aux questions qu'ils se posent dans de nombreux domaines, comme les ressources humaines, les relations sociales, la fiscalité ou encore la vie des affaires...

Cette politique visant à apporter toujours plus de services aux clients via des partenariats concerne aussi l'offre même de Kompass. Ainsi, l'entreprise a souhaité booster la

visibilité de ses clients sur son annuaire en ligne en leur laissant l'opportunité de se présenter en vidéo. Là encore, pas question de développer en interne un tel service. Kompass s'est donc associé à un prestataire chargé de filmer ces entreprises.

Et cette logique de services est poussée si loin que Kompass propose même une aide totalement gratuite. Vous n'avez pas le temps de rechercher les entreprises qui vous intéressent dans sa base de données ? Peu importe, Kompass le fait pour vous ! Trois personnes sont ainsi dédiées à la recherche d'entreprises selon vos critères. Au-delà de rendre service aux utilisateurs de son moteur en ligne, il s'agit pour les annonceurs référencés dans l'annuaire Kompass d'être mis en relation avec des contacts qualifiés identifiés via ce

Repères
Kompass
Activité
Spécialiste de l'information d'entreprise
CA 2008
26 millions d'euros
Effectif
220 salariés
Force de vente
110 commerciaux



HELDER ALMEIDA/FOTOLIA/LD

Points forts

- Développer des offres annexes avec des partenaires afin d'inciter les clients à utiliser les solutions Kompass.
- Valoriser le statut de client Kompass en lui offrant des solutions packagées et des avantages qu'il n'obtiendra pas ailleurs.
- Organiser des rencontres professionnelles et des mises en relation dans l'optique d'apporter des affaires à ses clients.

service de recherche... « De cette manière-là, nous fidélisons à la fois l'utilisateur qui a accès à un nouveau service et l'annonceur qui paie pour être référencé dans notre annuaire », déclare Laurent Ghesquier.

Être facilitateur de business

Cette philosophie de mise en réseau (qu'illustre d'ailleurs sa signature "Connects business to business") pousse même la société à sortir de son métier de base sur le Net ou les supports numériques. Kompass a ainsi lancé des mises en relation dans le monde bien réel en organisant en décembre 2008 des speed datings. L'année dernière, ces rencontres ont réuni plus de 200 participants lors de cinq rendez-vous. Appelés à se généraliser plus encore en 2010, ces rendez-vous, planifiés en fin de journée, constituent une formule conviviale et informelle permettant aux participants de se rencontrer en vue de

trouver de nouveaux prestataires ou tout simplement pour échanger ou partager des expériences. « Dans le contexte actuel de crise, ces rendez-vous constituent pour les PME une opportunité de rencontrer directement les décideurs de grands groupes », explique Géraldine Mirabaud, responsable communication chez Kompass. Et visiblement les clients apprécient ce positionnement de facilitateur de business et le fait d'avoir un statut de client privilégié qui leur donne accès à une multitude d'offres construites avec des

partenaires. C'est du moins ce qu'a révélé la première étude de satisfaction réalisée il y a six mois sur 10 % de sa base clients. En soixante ans d'existence, c'est la première fois que Kompass lance une enquête de satisfaction en ligne, afin de recueillir les impressions de ses clients. Car cette stratégie très orientée fidélisation est finalement assez récente pour Kompass qui, depuis quelques années, voit se multiplier les acteurs sur son marché. D'ailleurs, Laurent Ghesquier joue un rôle-clé dans la politique de fidélisation entreprise de Kompass, puisqu'une de ses missions consiste à tout savoir de ses clients : qui sont-ils ? Quels sont leurs effectifs ? Leur chiffre d'affaires ? Identifier les hommes et leurs fonctions respectives... Autant d'informations qui permettront à Kompass de construire de nouveaux partenariats qui fidéliseront encore un peu plus ses clients... ■



« Nous fidélisons utilisateurs et annonceurs de notre annuaire en ligne. »

Laurent Ghesquier,
responsable marketing client de Kompass