spot hit Magazine

#9

On en parle

10 ans de Spot-Hit
Rétrospective 2010-2020

Zoom sur

Le marketing automation
Automatisez vos campagnes marketing

Dossier

À la relance
Comment repartir de l'avant

Magazine trimestriel offert à nos clients et partenaires. Ne plus le recevoir : spot-hit.fr/stop-mag

Édito

Bienvenue

Hello !

Dans ce numéro d'automne, nous vous présenterons :

- Le marketing automation
- Le 10ème anniversaire de Spot-Hit
- Les nouvelles fonctionnalités de la plateforme
- Le témoignage d'ELCIA

Vous découvrirez également, au centre du magazine, un dossier exclusif sur la reprise de l'activité en cette période de COVID-19. Nous vous détaillerons les conseils, les tendances et les dates à ne pas manquer pour rebondir et vous adapter.

Le mot de la direction

Après quelques mois spéciaux et une édition #8 en version électronique seulement, nous sommes heureux de vous retrouver et de nous faire une petite place sur votre bureau.
L'équipe Spot-Hit est plus que jamais à vos côtés pour faciliter votre relance à travers la nouvelle version de sa plateforme de marketing direct multicanal.

"Il est grand temps de rallumer les étoiles"

On en parle

10 ANS DE SPOT-HIT

On s'était dit rendez-vous dans 10 ans

Le 15 Juillet 2020, Spot-Hit a fêté son 10ème anniversaire. Instant symbolique, ce fût l'occasion de prendre un peu de hauteur et de regarder le chemin parcouru depuis maintenant une décennie.
Nous vous proposons dans cet article de retracer les temps forts de cette aventure partagée.
Attention il y a quelques "dossiers"...

2010

LANCEMENT DE LA PLATEFORME

Historiquement basée à Roanne, l'entreprise se crée et s'implante en région Auvergne-Rhône-Alpes pour bénéficier de l'attrait économique et du dynamisme du territoire.
La petite histoire raconte qu'il s'agissait "presque" de la mi-distance entre un breton et un isèrois...
La plateforme a été créée intégralement en interne au sein d'une pépinière d'entreprises dédiée au numérique, comme de nombreuses start-up.

2014

DÉBUT DE CROISSANCE

Spot-Hit enregistre son premier pic de croissance : produits, clients et collaborateurs. L'équipe s'agrandit et les premiers recrutements (commerciaux, développeurs) viennent répondre à de nouveaux challenges.
L'entreprise dépasse la barre symbolique d'1 M€ de CA et la dynamique est lancée

2015

La plateforme Spot-Hit connaît son premier "lifting" en améliorant le design et l'ergonomie. L'outil devient multicanal avec produits et services complémentaires :
le MMS, le VMS, l'email, le courrier...etc font leur apparition et rencontrent un joli succès permettant de disposer d'un seul outil pour organiser l'ensemble de ses campagnes de marketing direct.

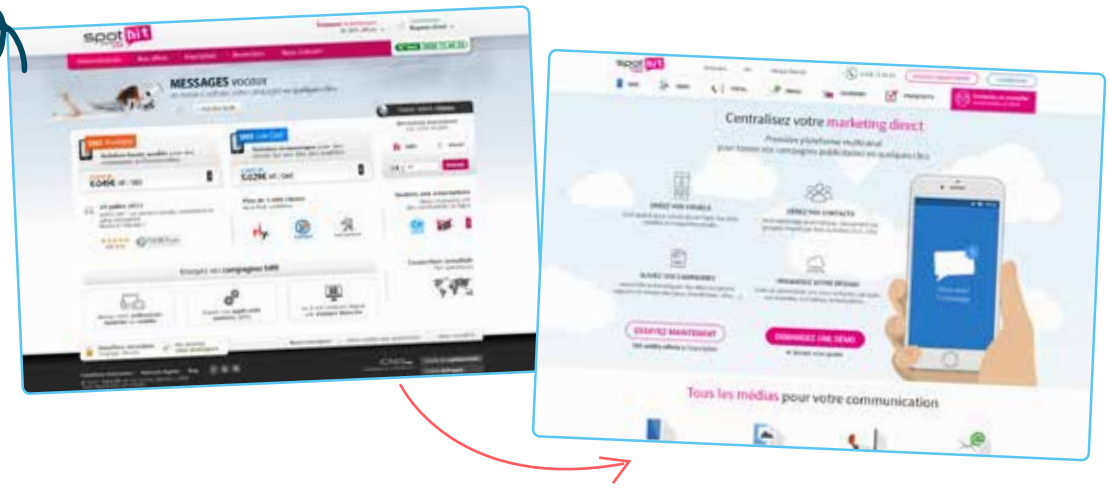
L'équipe, un peu à l'étroit dans ses bureaux historiques, s'installe dans des nouveaux locaux, plus grands et plus adaptés à Le Coteau (42) pour pouvoir accueillir collaborateurs et clients.

2017

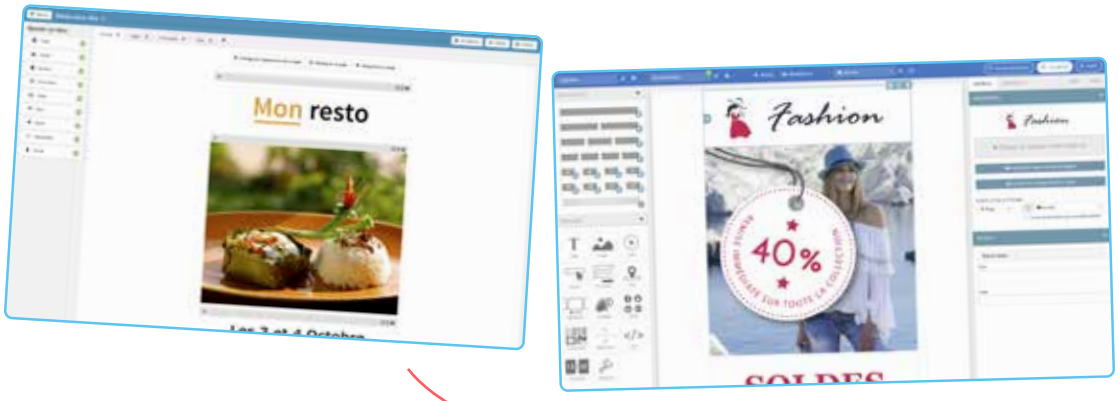
L'entreprise surfe toujours sur une excellente dynamique et complète ses effectifs, tout en structurant ses équipes (commerciaux, chargés de clientèle, développeurs, administratifs, marketing...). La famille s'agrandit et prend son envol !

Les projets de refonte du site internet et d'amélioration de l'outil média (création de sites mobiles et de templates email) sont au cœur du développement.

SITE INTERNET



OUTIL DE CRÉATION



2018

C'est au tour de la marque Spot-Hit, de passer au maquillage avec une nouvelle identité graphique.

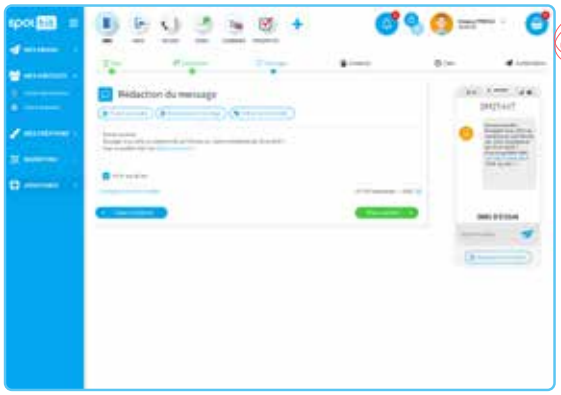
spot hit Marketing MOBILE > spot hit

2019

INTÉGRATION DANS LE GROUPE LINK MOBILITY

Spot-Hit intègre Link Mobility Group, le leader européen du Messaging.

Dans le même temps l'équipe traverse la Loire et s'installe Riorges (42), dans un nouveau bâtiment ultra moderne pour accueillir collaborateurs et clients.



2020

LANCEMENT DE LA NOUVELLE PLATEFORME

Vous l'avez peut être lu dans notre dernier magazine (#8), la version 2020 plateforme Spot-Hit est disponible et proposée à tous les clients.
L'outil est un condensé de technologie, d'ergonomie, de design, de fonctionnalités, de stabilité tout en gardant son ADN : réaliser des campagnes de marketing direct multicanal en quelques clics (facile, rapide, accessible à tous, sans engagement, ni abonnement).

Cette belle aventure est la combinaison d'une idée, d'un concept, d'un marché, des équipes et de leur travail, mais aussi et surtout de votre présence.
Alors un grand merci pour votre confiance et votre fidélité.

En attendant la suite, l'aventure continue... et comme le dit la chanson :
" rendez-vous dans 10 ans " !!!

Zoom sur

Le marketing automation

Vous allez le voir apparaître sur la plateforme Spot-Hit dans les prochains jours, le marketing automation est le nouvel outil disponible pour automatiser vos campagnes marketing

On vous accompagne dans cet article en vous décryptant les enjeux et le fonctionnement

Le marketing automation désigne l'automatisation de campagnes marketing déclenchées par un ensemble de conditions prédéfinies et en fonction du comportement de l'utilisateur.
Avec l'outil de Spot-Hit vous pouvez **programmer et envoyer automatiquement** vos campagnes multicanales (SMS, MMS, VMS, email…) en un clin d'œil et toujours sans abonnement, ni engagement !

1. LES AVANTAGES DE L'AUTOMATION

A. Gain de temps

Fini les campagnes en série, manuelles et par canal. Vous allez pouvoir créer des scénarios comprenant plusieurs campagnes, automatisant les tâches et actions récurrentes, et mélangeant les canaux de communication : SMS > Email > SMS > VMS
De quoi vous faire gagner du temps !

B. Facilité de déploiement des campagnes

Nous avons conservé l'ADN de Spot-Hit dans cet outil : l'ergonomie et la simplicité d'utilisation ! Le module de création de scénarios ressemble à l'outil média : vous retrouvez un paramétrage simplifié correspondant à la majorité de vos usages, tout en conservant une expérience utilisateur agréable.
Pour les plus expérimentés, vous pourrez utiliser l'outil à 100% de son potentiel, pour créer des scénarios complexes répondant à vos attentes marketing le plus pointues !

C. Personnalisation et individualisation de l'expérience client :

Le marketing automation répond aux enjeux de demain en vous permettant d'aller plus loin dans la gestion de votre relation client.
A vous l'individualisation des campagnes et l'**hyperpersonnalisation** des messages. Vos communications auront de meilleurs taux d'engagement, seront plus rentables et vous augmenterez la satisfaction de vos clients.

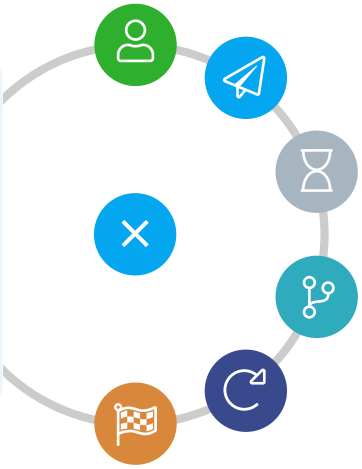
2. SCÉNARIO, MODULE, NOEUD...

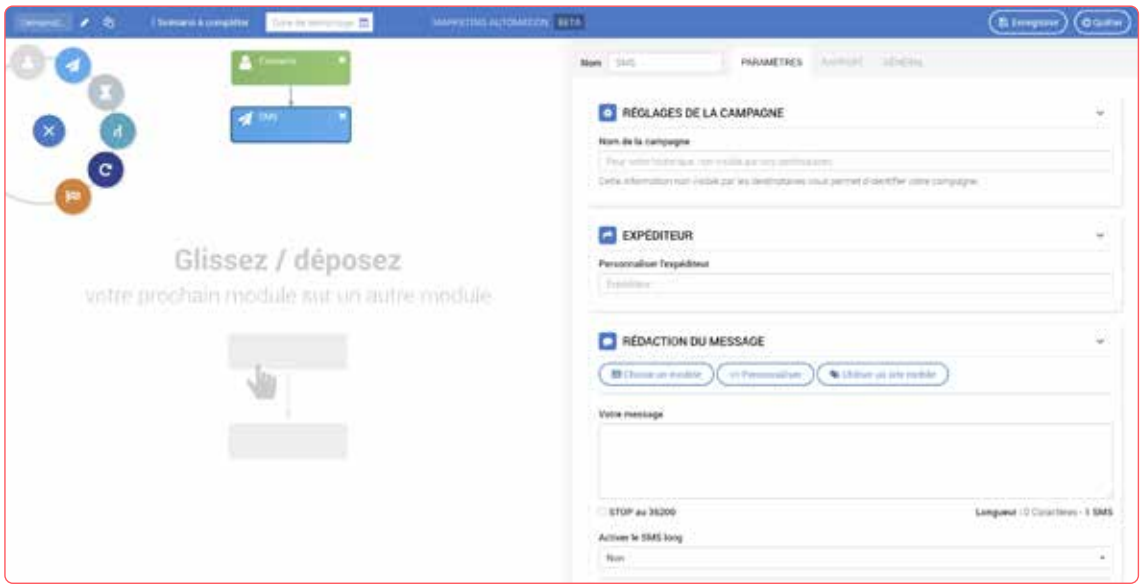
La condition préalable pour utiliser le marketing automation est la connaissance client. Adresser un contenu adapté aux besoins, et aux intérêts des destinataires est au centre de la problématique de l'automation.
Pour ce faire, nous vous conseillons de :

- Importer vos contacts dans l'outil de gestion de contacts Spot-Hit
- Segmenter votre base de données
- Identifier les canaux adaptés à chaque client

Dans le module d'édition, vous retrouverez les éléments principaux pour construire vos scénarios ressemblant à des arbres de décision.

Contact > groupe, formulaire
Campagne > SMS, MMS, VMS, email
Temporisation > date, plage horaire, délai, réponse
Condition > campagne, contacts, formulaire
Boucle
Fin





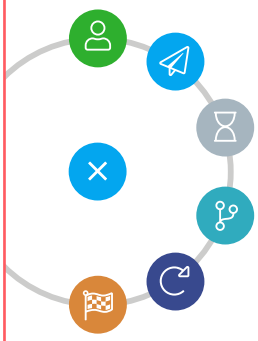
Sur la partie gauche, votre scénario se dessinera progressivement, vous permettant de visualiser le processus qui associe des actions à des conditions. A chaque étape du parcours, la technologie répond à la forme "si... alors".
La différenciation des branches du processus donne lieu à des opérations spécifiques ou pré-conçues.

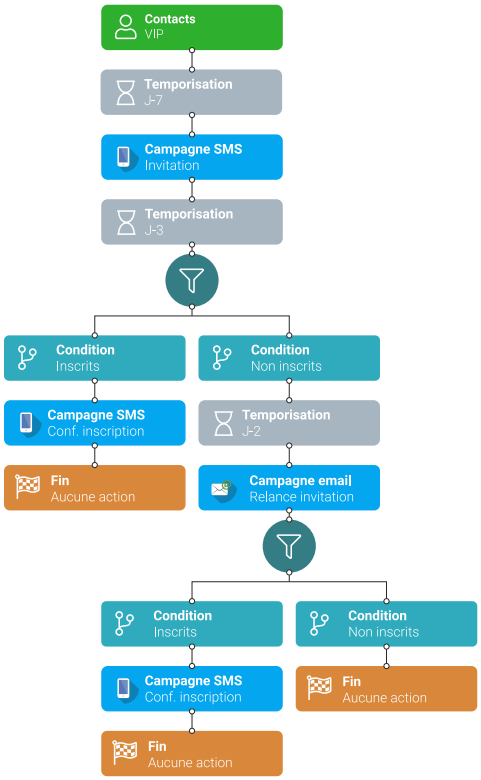
Sur la partie droite, vous pourrez paramétrer le module sélectionné en retrouvant les spécificités propres à chaque étape ou canal de communication.

Exemple de scénario

Pour vous faciliter la découverte de cet outil, nous vous illustrons ci-après un exemple concret de scénario que vous pourrez retrouver sur la plateforme et utiliser librement

INVITATION À UN ÉVÉNEMENT





En pratique sur la plateforme, vous retrouverez de nombreux scénarios prédéfinis que vous pourrez dupliquer, personnaliser à votre convenance :

Inviter des clients à un événement

Relancer de clients inactifs

Promouvoir un nouveau produit ou service

Le marketing automation n'a plus de secret pour vous et vous êtes désormais capable d'utiliser cette fonctionnalité, aux multiples avantages, sur notre plateforme.

Vous avez un projet concret, un besoin ?
Contactez-nous dès à présent pour activer cette fonctionnalité sur votre compte.
L'équipe Spot-Hit est à votre disposition pour vous accompagner.

A la relance

Suite à la pandémie de COVID-19, de nombreuses marques sont confrontées à une situation inédite et difficile. Les budgets marketing ont été gelés ou réduits, les stocks sont vides, la production a été arrêtée, les lancements de produits ont été décalés.

Comment repartir de l'avant après une période de confinement, une reprise délicate ou encore une rentrée instable ? Comment communiquer pour renouer avec les clients et assurer la reprise économique dans un contexte qui pourrait perdurer ?

L'objectif de ce dossier est de vous accompagner dans cette relance en partageant conseils et tendances, tout en se focalisant sur le calendrier de la fin d'année 2020, riche en opportunités.

La gestion de la crise du coronavirus

Tous les secteurs ne sont pas égaux face à la situation et aujourd'hui encore les disparités existent entre les entreprises : mesures sanitaires strictes, restrictions d'ouvertures, fermetures imposées...
Face à ces changements et contraintes imprévus, l'adaptation est la qualité numéro 1 à cultiver pour accepter la situation, passer le cap et imaginer une relance de l'activité.

Au cœur de la crise, nous avons pu constater une concentration des stratégies de communication basées sur l'apport de solutions aux utilisateurs et l'empathie :

Présence et visibilité

Apporter un soutien et mettre en œuvre des actions solidaires, seul ou en collaboration, avec d'autres entreprises

- Distribution de matériels de protection
- Soutien aux professionnels de santé

Source Twitter

Source Twitter

Information des changements

- Fermeture, modifications des heures d'ouvertures
- Développement et organisation de l'e-commerce

Adaptation des protocoles

Conditions d'accès aux points de ventes

Mise en place de service de livraison ou du click & collect

Dispositif de sécurité et d'hygiène (pour les clients et les collaborateurs)

Confronté à une situation inédite et parallèlement aux modifications des moeurs et modes de consommation des clients, les entreprises et les marques ont donc pendant cette période recentré le message initial sur l'accompagnement et l'information plutôt que sur la vente et la consommation.

Le marketing digital se réinvente

La communication est un moteur de croissance ! Elle assure la valeur d'un produit, d'un service, ou d'une marque et permet d'entretenir le lien entre l'entreprise et le client.

N'arrêtez pas de communiquer > faites évoluer vos messages

"C'est quand les autres font moins de bruit que vous avez le plus de chances de vous faire entendre." Saisissez cette opportunité de vous faire remarquer positivement.
Après le confinement, il est intéressant d'étudier que c'était une erreur de couper les budgets au regard des taux élevés d'audience et d'engagement, alors renouer avec le business sans les reprendre serait inconscient.
La question n'est donc pas de savoir si la communication doit être réactivée mais quand et comment.

Adaptez votre ton et prise de parole

Il est important de démontrer l'utilité de vos produits dans cette nouvelle réalité. Attention à l'humour en cette période particulière qui peut être mal perçu ou mal interprété par vos clients.

Communiquez corporate plutôt que produit, image de marque plutôt que publicité agressive. Les discours sobres, de résilience, de solidarité et de reconstruction collective sont à privilégier ainsi que les ancrages locaux.

Au-delà de votre offre produit, vous devez vous demander quelle est votre raison d'être, comment cela se concrétise dans vos actes, et comment contribuer à aider vos équipes, vos partenaires, vos clients, tout en limitant leurs impacts sur l'environnement.

Les contenus positifs, rassurants et valorisant votre présence locale sont également très appréciés des utilisateurs cette année.

Adressez-vous aux bonnes personnes

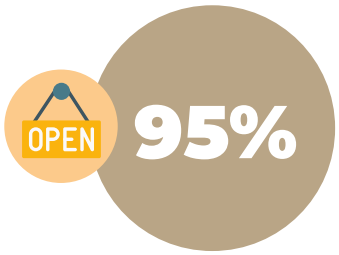
Souvent mis de côté par manque de temps, le travail sur vos bases de données est indispensable pour s'adresser aux bonnes cibles.
Vous pouvez commencer par identifier les secteurs les plus touchés économiquement et à l'inverse les entreprises ou les consommateurs aptes à commander vos produits ou services.

La communication interne est aussi importante que la communication externe. Ne négligez pas vos collaborateurs et engagez les en leur expliquant le sens et l'utilité de vos actions.

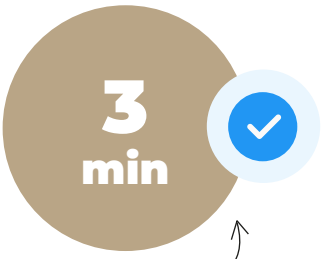
Retrouvez de la performance

L'heure est à l'efficacité et à la performance.
Pour cela il faut s'orienter plus que jamais vers les canaux qui bénéficient des résultats clairs et précis, du meilleur ROI. A vous d'étudier les différents canaux : inboud marketing, outboud marketing, marketing traditionnel...

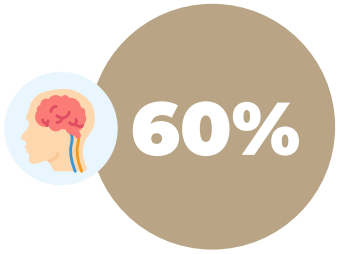
Le SMS, par exemple, affiche des statistiques indiscutables :



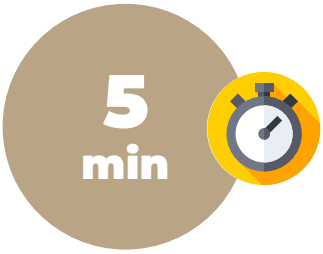
de taux d'ouverture



lu dans les



taux de mémorisation



pour réaliser une campagne

Individualisez le parcours de vos clients

C'est sans doute le plus gros défi à relever : adresser une communication sur mesure pour chaque client. Elle vous permettra d'améliorer et de pérenniser la relation avec votre public, en quête d'authenticité.

Personnalisez vos communications en prenant davantage en considération vos clients, ses attentes et ses aspirations.

Cependant la tâche est humainement difficile, c'est pourquoi il faudra vous orienter progressivement vers des outils d'automatisation ou vous pourrez programmer et imaginer des multitudes de scénarios.

Voir l'article sur le marketing automation dans ce numéro page 8 à 11

Focus sur la fin d'année 2020

Maintenant que vous êtes au point sur les bons conseils et les tendances, il n'y a plus de temps à perdre pour vous activer votre stratégie marketing de fin d'année.

Période intense, le dernier trimestre offre de nombreuses opportunités pour vous rapprocher de vos clients et ce quel que soit votre budget. Nous vous conseillons deux temps forts indispensables : le Cyber weekend et Noël.

Black friday et Cyber monday

Le "vendredi noir" s'est installé comme une date incontournable dans le calendrier marketing ces dernières années. Il signe le lancement des achats de Noël et les grandes marques y associent de nombreuses promotions.

Le Cyber Monday, comme son nom l'indique, a lieu le lundi suivant le Black Friday. Il est orienté principalement sur les achats en ligne via les sites de e-commerce.

Aujourd'hui de nombreuses enseignes parlent de Cyber weekend ou de Black week faisant de la semaine ou du weekend un véritable temps fort commercial. Une excellente manière de tirer profit au maximum des opérations, souvent promotionnels, mises en place à cette occasion. N'oubliez pas que vos clients préparent les cadeaux de Noël et que c'est un élément qui, à n'en pas douter, fait monter les budgets dépensés et le panier d'achat moyen... Pour vous accompagner et vous faciliter les opérations, vous pouvez retrouver des exemples d'opérations, de templates (sites mobiles ou emailing) sur la plateforme. Ils sont à votre disposition, prêt à être personnalisés et utilisés.

Les dates 2020 :

Black Friday vendredi 27 novembre

Cyber Monday lundi 30 novembre

Noel

Période incontournable pour booster les ventes, la féérie de Noël est votre meilleure alliée. Vous pouvez imaginer toutes sortes d'opérations commerciales :

Le jeu ou le concours
C'est un moyen efficace puisque les clients s'attendent à gagner un cadeau, à partir d'un certain montant ou en participant à un concours.
C'est un excellent outil pour accumuler des prospects dans le pipeline commercial. Cela crée de l'excitation dans l'esprit du client et humanise l'acte d'achat. Attention, prévoyez des lots attractifs (réduction, produit offert...) ou récompensez (pas de la même façon) tous vos participants pour limiter les déçus.

Les échantillons
C'est une technique plutôt utilisée dans l'industrie des produits de grande consommation, mais ça peut être un excellent moyen de présenter vos produits.
Un échantillon peut déclencher un coup de cœur auprès de vos prospects.

La vente privée
C'est un événement idéal pour valoriser vos clients les plus fidèles. A travers cette vente privée vous leur offrez un sentiment de privilège et construisez une relation particulière avec eux.

Le calendrier de l'Avent
Qui n'a plus le souvenir de ces instants quotidiens de gourmandise ?
Construisez une mécanique avec vos clients pour être à leur côté tout au long du mois en attendant que votre produit ou service soit sous le sapin le 25.

Vous souhaitez sortir des sentiers battus ? Vous êtes intéressés par d'autres opérations ?

Nous vous listons d'autres dates d'opérations à venir dans les prochaines semaines. A vous de choisir celles qui vous inspirent, vous correspondent... de la plus traditionnelle, à la plus décalée !

- 13•10 Journée mondiale du hamburger 🍔
- 17•10 (jusqu'au 02•11) Vacances scolaires 👫
- 31•10 Halloween 🎃
- 01•11 (jusqu'au 30•11) Movember 🦀
- 13•11 Vendredi 13 🍀
- 19•11 Beaujolais nouveau 🍷
- 26•11 Thanksgiving 🐔
- 01•12 (jusqu'au 24•12) Calendrier de l'avent 🗓️
- 13•12 Journée internationale de la raclette 🧀
- 21•12 Hiver ☃️
- 31•12 Réveillon de Noël 🎄

Vous l'aurez compris la période du COVID-19 aura profondément marqué 2020. Que la situation perdure ou non, les changements observés sont profonds et à prendre en considération.

Mais c'est également l'occasion de se réinventer, d'accélérer certaines tendances observées car les opportunités de relance sont multiples et à saisir.

La communication doit être au centre de votre stratégie, et les canaux que Spot-Hit vous propose à travers son outil vous permettront de véhiculer vos messages, de la bonne manière, aux bons moments, et à destination des bonnes personnes.

Soyez positifs et plein d'energie !

Nouveau !

NOUVELLES FONCTIONNALITÉS

Dans cet article, nous vous détaillons plusieurs fonctionnalités à découvrir sur la plateforme :

1. Recherche de toutes les communications associées à un contact
2. Renforcement de la sécurité : mot de passe

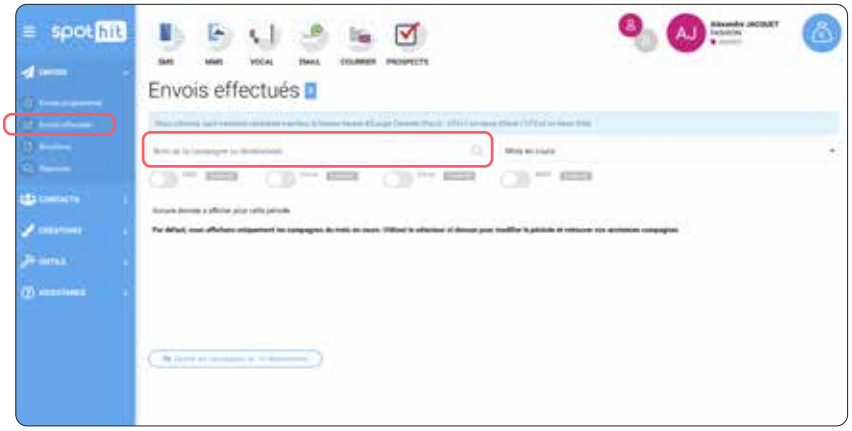
Objectifs **satisfaire vos besoins et ajouter de la valeur à vos campagnes.**

1 Recherche de toutes les communications associées à un contact

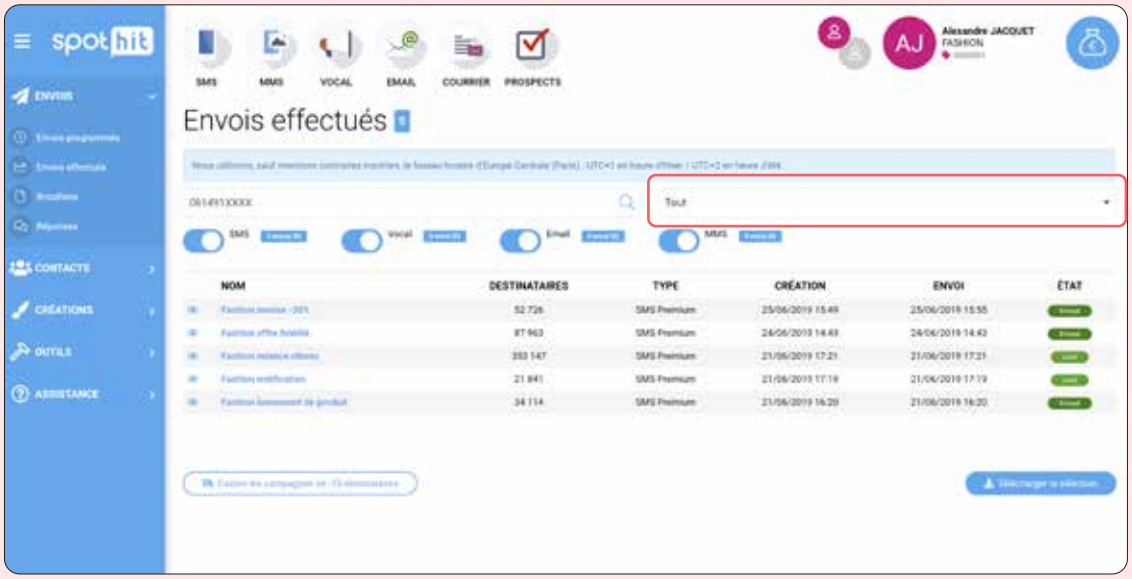
Comme toujours, nous continuons l'enrichissement de la plateforme pour répondre à vos attentes et vous faciliter son utilisation. Vous pouvez désormais retrouver en quelques clics toutes les communications (campagnes) que vous avez envoyées à un ou plusieurs contacts.
Jusqu'à présent nous fonctionnions par campagnes et vous deviez retrouver vos clients dans chaque campagne sans avoir de vision d'ensemble.
On vous explique comment faire ci-dessous :

En pratique sur la plateforme

- Rendez-vous dans le menu : Envois —> Envois effectués
- Renseignez le numéro de téléphone ou l'email du contact que vous souhaitez retrouver dans le champ "Nom de la campagne ou destinataire…",
- Et voilà ! Vous avez la liste des campagnes associées à ce contact



NB : Attention au sélecteur de période en haut à droite de la page. Il est par défaut réglé sur la période "Mois en cours" mais vous pouvez choisir d'autres périodes ou la période de votre choix en sélectionnant "Personnalisée"



LE + POUR MON EFFICACITÉ

Avec cette fonctionnalité, vous pouvez récupérer l'historique des campagnes que vous avez adressées à un client :

simple > rapide > efficace

Un outil très pratique si vous avez besoin d'étudier le comportement de certains contacts plutôt que les statistiques d'une campagne.

BON À SAVOIR

Vous pouvez même télécharger un fichier récapitulatif en cliquant sur le bouton "**Télécharger la sélection**" en bas à droite.

2 Renforcement de la sécurité (mot de passe)

La sécurité de la plateforme est une priorité de nos équipes. Nous nous engageons à ce que vous puissiez gérer vos communications dans le respect de la confidentialité et de la protection de vos données.

Vous êtes toujours plus nombreux à utiliser notre plateforme et parfois plusieurs interlocuteurs sur un compte ou un sous compte. Il nous semblait donc indispensable de renforcer la sécurité à travers la gestion des mots de passe, les règles associées, tout en vous laissant la possibilité de le modifier vous même.

En pratique sur la plateforme

ÉTAPE 1 - AUTOMATIQUE

Vous l'avez sans doute remarqué, mais nous avons demandé récemment de modifier votre mot de passe lors de la connexion de la plateforme Spot-Hit.

Une pop-up obligatoire s'ouvre, vous demande et vous explique comment changer de mot de passe.

Cette action est automatique et votre mot de passe doit être renouvelé tous les 90 jours pour plus de sécurité.

Il vous suffit simplement de vous laisser guider :

Vous recevez un email de confirmation de modification de mot passe.

Attention si vous recevez cet email sans être à l'origine du changement de votre mot de passe, nous vous invitons à le réinitialiser pour sécuriser votre compte.

Nous en avons profité pour renforcer les critères de sécurité.

Désormais votre mot de passe doit contenir :

- Entre 8 et 50 caractères
- Au moins une minuscule
- Au moins une majuscule
- Au moins un chiffre
- Au moins un caractère spécial

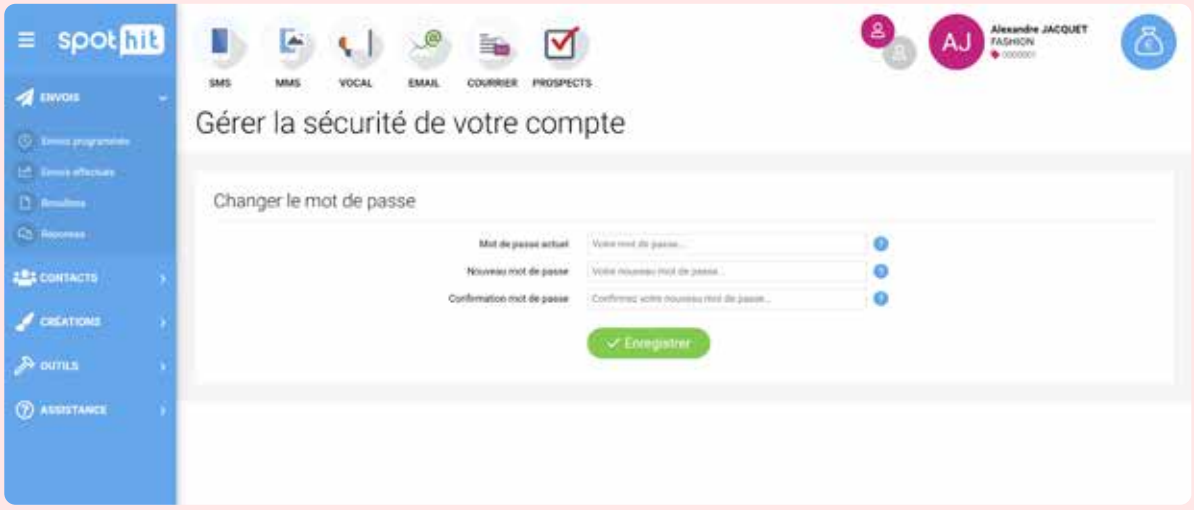
Pas de surprise, de nombreux logiciels ou portails préconisent ce type de mot de passe pour assurer une sécurité optimale.

ÉTAPE 2 - MANUEL

Vous pouvez à tout moment et quand vous le souhaitez modifier votre mot de passe.

- Cliquez sur votre profil (vos initiales ou votre photo) en haut à droite de la plateforme
- Cliquez sur "Changer le mot de passe"
- Remplissez les informations demandées :
  - > Mot de passe actuel
  - > Nouveau mot de passe
  - > Confirmation mot de passe
  - > Enregistrez

Vous recevez un email de modification de mot de passe.
Le tour est joué et le mot de passe est valable 90 jours.



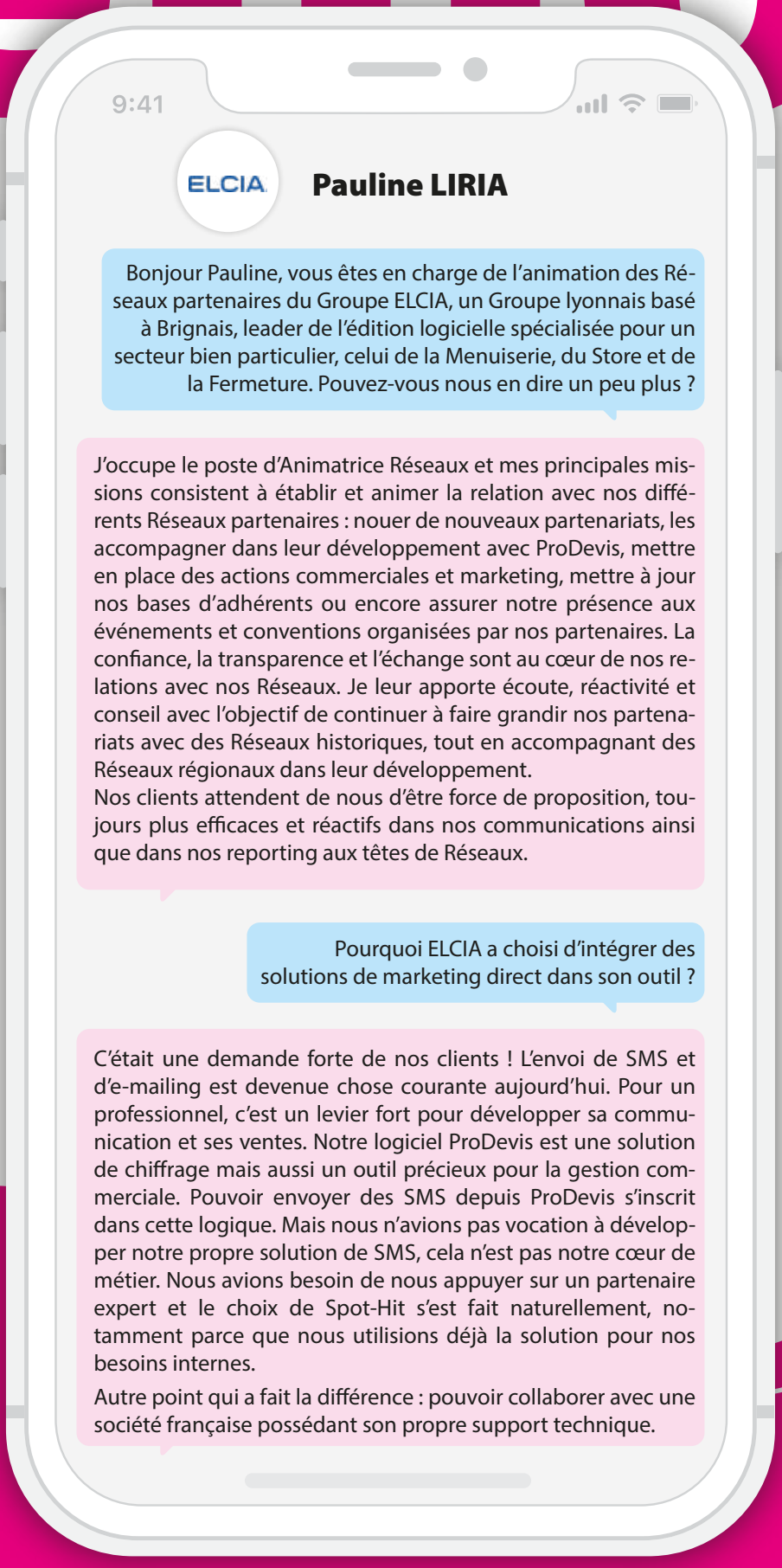
LE + POUR MA SÉCURITÉ :

Pensez à stocker votre mot de passe dans un lieu sûr comme par exemple un gestionnaire de mot de passe sécurisé.
On oublie le post-it ou l'email envoyé avec le mot de passe.

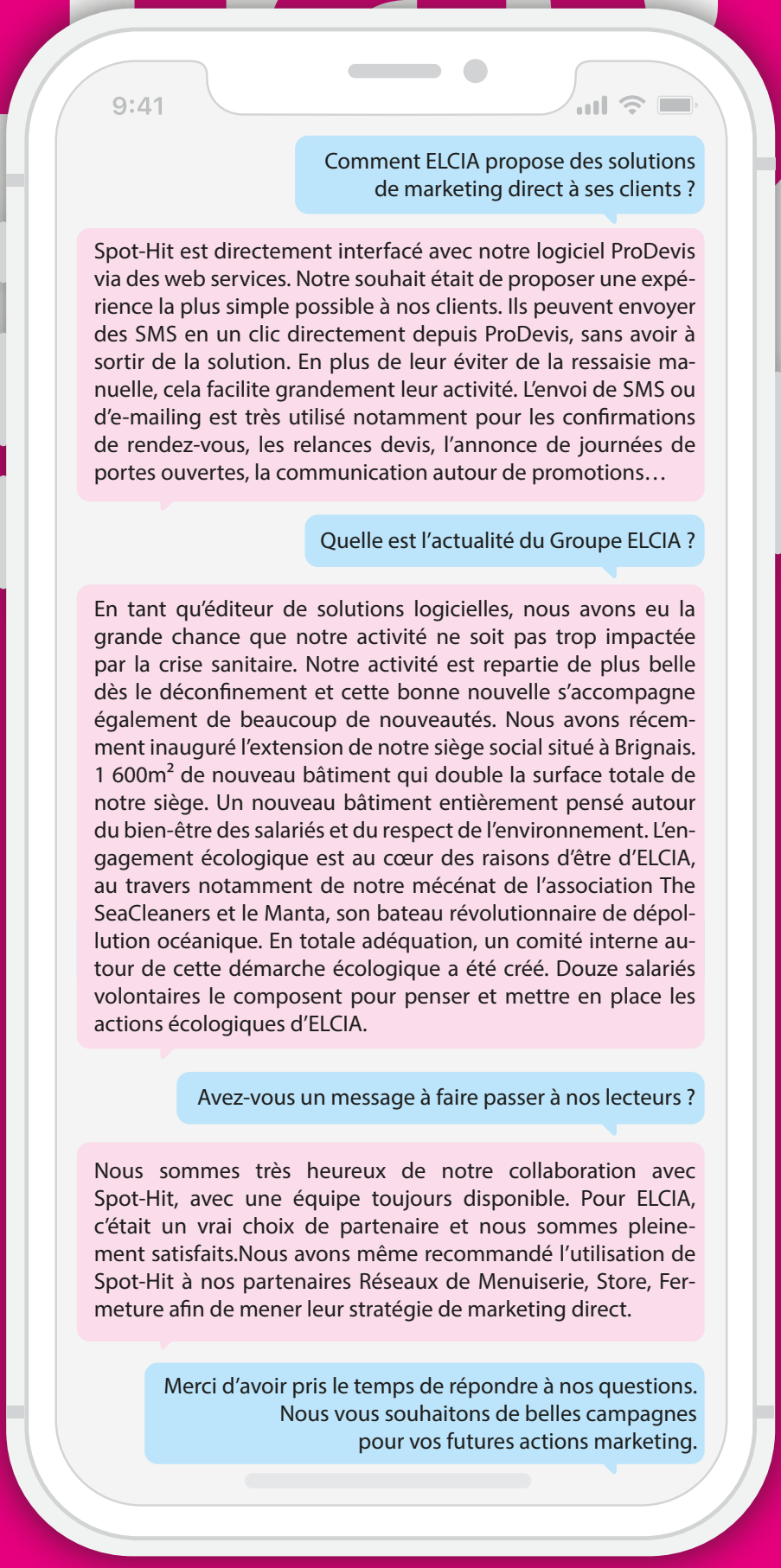
Vous avez perdu votre mot de passe ? Une question, un problème...?

L'équipe Spot-Hit est toujours à votre disposition pour vous accompagner et répondre à vos questions sur l'utilisation des nouvelles fonctionnalités !

témoi


9:41
ELCIA
Pauline LIRIA
Bonjour Pauline, vous êtes en charge de l'animation des Réseaux partenaires du Groupe ELCIA, un Groupe lyonnais basé à Brignais, leader de l'édition logicielle spécialisée pour un secteur bien particulier, celui de la Menuiserie, du Store et de la Fermeture. Pouvez-vous nous en dire un peu plus ?
J'occupe le poste d'Animatrice Réseaux et mes principales missions consistent à établir et animer la relation avec nos différents Réseaux partenaires : nouer de nouveaux partenariats, les accompagner dans leur développement avec ProDevis, mettre en place des actions commerciales et marketing, mettre à jour nos bases d'adhérents ou encore assurer notre présence aux événements et conventions organisées par nos partenaires. La confiance, la transparence et l'échange sont au cœur de nos relations avec nos Réseaux. Je leur apporte écoute, réactivité et conseil avec l'objectif de continuer à faire grandir nos partenariats avec des Réseaux historiques, tout en accompagnant des Réseaux régionaux dans leur développement.
Nos clients attendent de nous d'être force de proposition, toujours plus efficaces et réactifs dans nos communications ainsi que dans nos reporting aux têtes de Réseaux.
Pourquoi ELCIA a choisi d'intégrer des solutions de marketing direct dans son outil ?
C'était une demande forte de nos clients ! L'envoi de SMS et d'e-mailing est devenue chose courante aujourd'hui. Pour un professionnel, c'est un levier fort pour développer sa communication et ses ventes. Notre logiciel ProDevis est une solution de chiffrage mais aussi un outil précieux pour la gestion commerciale. Pouvoir envoyer des SMS depuis ProDevis s'inscrit dans cette logique. Mais nous n'avions pas vocation à développer notre propre solution de SMS, cela n'est pas notre cœur de métier. Nous avions besoin de nous appuyer sur un partenaire expert et le choix de Spot-Hit s'est fait naturellement, notamment parce que nous utilisions déjà la solution pour nos besoins internes.
Autre point qui a fait la différence : pouvoir collaborer avec une société française possédant son propre support technique.

gnage


9:41
Comment ELCIA propose des solutions de marketing direct à ses clients ?
Spot-Hit est directement interfacé avec notre logiciel ProDevis via des web services. Notre souhait était de proposer une expérience la plus simple possible à nos clients. Ils peuvent envoyer des SMS en un clic directement depuis ProDevis, sans avoir à sortir de la solution. En plus de leur éviter de la ressaisie manuelle, cela facilite grandement leur activité. L'envoi de SMS ou d'e-mailing est très utilisé notamment pour les confirmations de rendez-vous, les relances devis, l'annonce de journées de portes ouvertes, la communication autour de promotions…
Quelle est l'actualité du Groupe ELCIA ?
En tant qu'éditeur de solutions logicielles, nous avons eu la grande chance que notre activité ne soit pas trop impactée par la crise sanitaire. Notre activité est repartie de plus belle dès le déconfinement et cette bonne nouvelle s'accompagne également de beaucoup de nouveautés. Nous avons récemment inauguré l'extension de notre siège social situé à Brignais. 1 600m² de nouveau bâtiment qui double la surface totale de notre siège. Un nouveau bâtiment entièrement pensé autour du bien-être des salariés et du respect de l'environnement. L'engagement écologique est au cœur des raisons d'être d'ELCIA, au travers notamment de notre mécénat de l'association The SeaCleaners et le Manta, son bateau révolutionnaire de dépollution océanique. En totale adéquation, un comité interne autour de cette démarche écologique a été créé. Douze salariés volontaires le composent pour penser et mettre en place les actions écologiques d'ELCIA.
Avez-vous un message à faire passer à nos lecteurs ?
Nous sommes très heureux de notre collaboration avec Spot-Hit, avec une équipe toujours disponible. Pour ELCIA, c'était un vrai choix de partenaire et nous sommes pleinement satisfaits.Nous avons même recommandé l'utilisation de Spot-Hit à nos partenaires Réseaux de Menuiserie, Store, Fermeture afin de mener leur stratégie de marketing direct.
Merci d'avoir pris le temps de répondre à nos questions. Nous vous souhaitons de belles campagnes pour vos futures actions marketing.

Le poste'Hit

Présentation d'un métier Spot Hit

AUJOURD'HUI

Kevin DEBOUGY
Team Leader - Chargé de clientèle

Kevin est présent chez Spot-Hit depuis 2015 et occupe aujourd'hui le poste de team leader de l'équipe des chargés de clientèle. Si vous avez déjà eu besoin d'accompagnement sur la plateforme, il y a de grandes chances que vous ayez discuté avec lui.
C'est "Monsieur Plateforme", il connaît l'outil comme sa poche, maîtrise tous les produits et distille les bons conseils pour réussir ou optimiser vos campagnes.
Disponible et à l'écoute, son rôle est de vous accompagner dans la réalisation de vos campagnes et dans l'assistance en cas de difficultés rencontrées. Il a la responsabilité de la qualité du service client au sein de Spot-Hit, élément prioritaire dans la stratégie de l'entreprise.

UNE JOURNÉE TYPE ?

- Accompagnement à la découverte de la plateforme et des produits
- Assistance technique auprès des clients
- Réalisation d'offres commerciales
- Organisation de l'équipe des chargés de clientèle
- Echanges avec les prestataires techniques et fournisseurs

Comment le joindre
06 47 46 65 99 kevin@spot-hit.fr

Ils nous ont rejoints

Romain est notre nouveau comptable. Il a rejoint l'équipe au printemps et s'occupe des missions administratives et financières de l'entreprise.

Amandine est la dernière recrue de la team. Elle vient renforcer l'équipe des chargés de clientèle et vous accompagnera au quotidien dans la réalisation de vos campagnes.

Des questions ?

Vos commentaires, vos retours

Une idée de thème ou un sujet à développer : rendez-vous sur **www.spot-hit.fr/mag**
Vous pourrez également consulter les anciens numéros.

Se désabonner

Ce magazine est offert à nos clients.
Si vous ne souhaitez plus le recevoir, rendez-vous à tout moment sur **www.spot-hit.fr/stop-mag**

La société

Une assistance gratuite du **Lundi au Vendredi de 9h à 12h et de 14h à 18h**

Nos **conseillers** vous accompagnent

Par email
info@spot-hit.fr

Par téléphone au
01 78 76 77 78

168 rue de la Rotonde
42 153 Riorges

Spot-Hit c'est aussi...

spot hit

Spot Hit Magazine N°9 • Création graphique Eazink Studio