



auchan retail

Donner vie

à une communication

Client-Centric

**Comment générer de la préférence de marque sans une connaissance affûtée de son client ? Comment se réinventer dans un monde en perpétuelle mutation ?**

Pour Auchan Retail, prendre conscience de la nécessité de changer d'approche dans sa communication client a fait naître un challenge de taille : passer d'une communication produit à une communication centrée sur le client.

Pour exploiter aux mieux les datas disponibles tout en préservant la relation, une personnalisation ultra-poussée a été mise en place avec pour objectif de créer une densité relationnelle adaptée aux attentes et aux besoins des clients.

**L'agence a redéfini et pilote le plan d'animation e-marketing de Auchan Retail** pour le compte des marques Drive, Direct, Maison & Loisirs, A2Pas. Cela implique la refonte de tous les gabarits email non-alimentaires et la création des gabarits alimentaires pour un volume de plus de 36 emails par mois sur l'outil Adobe Campaign et Salesforce.



PRM/CRM

DIGITAL

AUTOMATION MARKETING

DATA MARKETING

dps