L’Internet des Objets a définitivement changé la relation client

publié le 02/08/2015 - mis à jour le 04/08/2015

Descriptif :

La révolution apportée par les objets connectés ne s’est pas contentée de modifier les interactions entre les humains et les objets, elle a également définitivement changé, la relation à la clientèle.

L’ère numérique

Les objets connectés ont apporté une nouvelle gamme de service ciblé et personnalisé, il semble donc logique que de son côté, le service à la clientèle soit obligé d’évoluer et de s’adapter. Aujourd’hui les besoins des consommateurs sont beaucoup mieux analysés et compris, cela grâce au développement de l’Internet of Things et du Big Data. Mais maintenant que ces deux derniers se sont largement amplifiés, il est désormais possible de non seulement « suivre » ses clients, mais aussi d’analyser en temps réel ce qui les intéresse ou non. Par exemple dans un magasin ou dans un supermarché, vous pouvez savoir à quel moment rentrent ces derniers, mais aussi combien de temps ils rentent ou encore quels produits ont attiré leur attention. Ces données, associées à celle provenant du Big Data, permettent par la suite aux marques d’examiner au mieux les besoins de ses clients, catégorie par catégorie (âge, sexe, dépense moyenne…) et de créer ainsi les meilleurs produits.

Modèle de satisfaction client

Académie de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.