

Dolmen & Salesforce : un partenariat pour répondre aux enjeux des distributeurs

Dolmen, leader du marketing client local, présente Dolmen Connect, une solution conçue en partenariat avec Salesforce, leader mondial de la relation client. Présentée lors de la Paris Retail Week, cette innovation donne aux distributeurs les moyens technologiques de répondre aux nouvelles attentes du consommateur en termes de personnalisation et de proximité.

Rennes, le 10 septembre 2018 – En quelques années à peine, la connaissance client s’est imposée, parmi les distributeurs, comme le nerf de la guerre pour contrer la montée des Pure Players.

« La connaissance client est au cœur du succès d’Amazon et de ses pairs. Si les distributeurs traditionnels ne veulent pas être irrémédiablement distancés, ils doivent optimiser la collecte et le traitement des données client. Ils n’ont pas le choix », explique **David Godest**, Président et fondateur de Dolmen.

Les distributeurs face au défi de la personnalisation et de la proximité

Toutefois contrairement à la majorité de leurs concurrents digitaux, les distributeurs traditionnels multiplient les points de contact avec les clients. La conséquence ? Des données dont l’éparpillement ne permet pas une connaissance fine de chaque client et, donc, la mise en place de campagnes marketing personnalisées.

« Parmi l’ensemble des points de contact entre le client et le distributeur, le magasin occupe une place cardinale. C’est là que 95% des achats ont lieu. Voilà pourquoi il est vital que les centrales puissent enrichir en temps réel les données qui y sont collectées » analyse **David Godest**. *« Malheureusement centrales et points de vente peinent à les mutualiser, à les qualifier et les enrichir »*.

Un contre-sens à l’heure où les consommateurs réclament personnalisation et proximité.

« Il existe un hiatus entre les montants investis, les technologies utilisées et les résultats obtenus par les distributeurs », ajoute **David Godest**.

Afin de leur donner les moyens de se mettre au diapason du consommateur, Dolmen a lancé Dolmen Connect une solution qui collecte les données en points de vente et les synchronise avec les données client CRM détenues en centrale.

Dolmen – Salesforce, un partenariat inédit au service des distributeurs

« A la faveur de cette solution, les distributeurs sont désormais en capacité d'enrichir leur connaissance client, d'assurer une mise à jour des données, de bénéficier d'une connaissance client unifiée, d'envoyer des campagnes plus pertinentes ou d'améliorer le ROI des actions », illustre **David Godest**.

« La solution Dolmen Connect apporte encore plus de valeur ajoutée locale à notre propre solution de marketing automation Marketing Cloud. C'est un partenaire important pour prodiguer aux distributeurs, le niveau de personnalisation le plus poussé dont ils ont besoin » ponctue **Olivier Derrien** Directeur Général de Salesforce France.



À propos de Dolmen

Créé en 2011, Dolmen accompagne les points de vente dans leur stratégie de connaissance-clients et leur permet d'établir avec eux des relations de proximité. Sa plate-forme digitale tout-en-un adresse les 3 besoins complémentaires de tout point de vente (Data Acquisition, Data Management et Data Activation) en totale conformité avec le RGPD. Aujourd'hui, plus de 1 000 commerces utilisent Dolmen pour recueillir et valoriser les données de leurs clients et prospects. Avec son siège à Saint-Grégoire (35), Dolmen compte 120 collaborateurs et est présent dans plusieurs pays d'Europe.

Pour de plus amples informations, visitez <http://www.dolmen-tech.com>



Contacts presse

dolmen@rumeurpublique.fr

Cédric Landu et Agathe Huez

01 55 74 52 31 / 01 55 74 52 24

delphine.jugon@dolmen.tech

Delphine Jugon

07 68 77 43 15

