



L'Officiel de la Franchise

LE MENSUEL DE LA FRANCHISE ET DES RÉSEAUX COMMERCIAUX

Coronavirus : profitez-en pour optimiser votre data !

jeudi 9 avril 2020, par [Camille Boulate](#)

Le confinement sera prolongé au-delà du 15 avril et la reprise d'activité des commerçants et restaurateurs est loin d'être actée. Une fois les décisions urgentes mises en place pour limiter l'impact de cette fermeture sur votre chiffre d'affaires, profitez de cette période de creux pour optimiser votre data et améliorer votre fichier client. Voici quelques conseils.

Depuis le 15 mars, restaurants et commerces considérés comme non-essentiels ont fermé leurs portes, avec un impact important sur le chiffre d'affaires. Si certaines enseignes ont pu conserver une activité partielle, grâce au click-and-collect ou la livraison, d'autres ont vu leur activité complètement mise à l'arrêt. Une période qui peut être mise à profit pour travailler la data que vous avez obtenue au fil du temps, notamment concernant les consommateurs. *"C'est essentiel de bien connaître son fichier client pour pouvoir ensuite envoyer le bon message"*, explique Grégory Serrano, co-fondateur de l'entreprise Invenis, spécialisée dans la gestion des données. Dans cette période d'inactivité, il est en effet important de conserver le contact avec vos clients. *"Les informer du moindre changement ou simplement prendre de leurs nouvelles est par exemple conseillé, insiste Grégory Serrano. Mais pour cela, il faut avoir une base de données saine."* **"Il est primordial d'avoir un bon fichier client et de le tenir à jour. Savoir qui sont ses clients afin de pouvoir personnaliser la relation est un vrai plus"**, abonde de son côté Alain Bouveret, directeur général d'Eloquent, société spécialisée dans la relation client.

Prendre le temps

Pour cela, prenez le temps d'épurer vos données en supprimant les profils incomplets ou qui affichent des adresses e-mail inactives. *"Souvent, cela embête les chefs d'entreprise de se pencher sur le fichier client. Pourtant c'est véritablement quelque chose qui a de la valeur"*, insiste Alain Bouveret. Une fois ce premier travail effectué, n'hésitez pas à déterminer quels sont les consommateurs les plus fidèles, à segmenter votre fichier client par zones géographiques ou alors selon le panier moyen. Tout cela vous permettra de faire ressortir des tendances sur lesquelles vous pourrez vous baser pour communiquer. Autre conseil : agrémenter votre base de données



avec des data extérieures, comme celles diffusées par l'Insee. “Ces dernières sont très intéressantes pour enrichir vos informations internes et vous aider à *anticiper la sortie de crise*”, affirme Grégory Serrano. Concrètement, grâce à cet enrichissement, vous serez en mesure d'avoir des données de consommation globale sur une catégorie d'âge, un secteur géographique précis et même un domaine d'activité ou des produits spécifiques. “Dans des situations comme celle que nous sommes en train de vivre, il est très difficile de prédire *l'avenir*. C'est pour cela *qu'il* faut être capable de *s'adapter* et *d'être* agile. Les data permettent cela, assure l'expert en gestion de données. Par exemple, si une région est amenée à sortir avant les autres du confinement, en analysant les données par tranche *d'âge* en corrélation avec vos celles de vos stocks et les habitudes *d'achat* de vos clients vous serez capables *d'adapter* vos commandes et de ménager votre trésorerie. Typiquement, sur le secteur du textile, si les personnes âgées sortent du confinement après les autres, il sera inutile de commander des références pour cette catégorie de *consommateurs*.”

Un travail à long terme

Surtout, une fois que vous serez en phase de relance, il est important de ne pas délaissier ce travail d'analyse de données qui peut rendre votre entreprise beaucoup plus performante. “Les chefs *d'entreprise* qui mettent la data au *cœur* de leurs décisions (on dit *qu'ils* sont data driven) se développent huit fois plus vite que la moyenne, assure Grégory Serrano. Il ne faut donc pas penser que cette bonne pratique doit *s'abandonner* une fois la reprise *entamée*.” Continuez à tenir votre fichier client à jour et à regarder quelles sont les open data que vous pouvez utiliser efficacement pour enrichir votre analyse et donc améliorer votre performance sur le long terme. “*Même* si votre flux de données est, selon vous, pas important, il faut travailler dessus et continuer à les analyser. Car cela permet de prendre des décisions éclairées et *d'augmenter* le chiffre *d'affaires* de son *entreprise*”, conclut l'expert.