

STRATÉGIE CLIENTS

Le salon de la Relation Client

Relation Clients by SECA

Marketing Clients by DATA's

Gestion Clients by CRMing

www.strategieclients.com

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 25 janvier 2010

Stratégie Clients

Le salon de la Relation Client

16, 17 et 18 mars 2010

Paris - Porte de Versailles - Pavillon 1

200 exposants - 50 conférences et ateliers

12.000 m² d'exposition - 12.000 visiteurs

La 14^{ème} édition de SeCA devient Stratégie Clients et intègre deux autres secteurs de la Relation Client : Marketing clients by Data's et Gestion clients by CRMing

Pour la première fois, la 14^{ème} édition de SeCA, CRMing et DATA's sont réunis aux mêmes dates et au même lieu sous l'ombrelle de Stratégie Clients, le salon de la Relation Client et du Centre d'Appel. De plus, Stratégie Clients intègre un secteur Marketing Direct et devient le salon de référence en matière d'acquisition, de relation, de fidélisation et de gestion du client dans l'entreprise.

● **Des salons complémentaires**

Dans une situation économique particulièrement chahutée, le portefeuille de clientèle s'affirme comme une valeur fondamentale de l'entreprise. En réunissant SeCA, CRMing et DATA's sous la bannière de Stratégie Clients, Tarsus France a décidé d'offrir aux entreprises une vision globale des services, solutions et innovations qui placent le client au cœur des stratégies mises en place. SeCA s'affirme comme le laboratoire des innovations technologiques en matière de centres d'appels. Couronné de succès par le passé, SeCA a accueilli 12.154 visiteurs en 2009. Ce salon de référence se voit enrichi de CRMing, la vitrine fédératrice de toutes les solutions et innovations en matière de CRM. Les visiteurs y découvrent l'ensemble des offres pour recueillir les informations sur les habitudes d'achat des clients et identifier ainsi les opportunités de vente croisée ou incitative. DATA's vient compléter la nomenclature de Stratégie Clients en réunissant les professionnels de l'acquisition, du traitement et de la gestion des bases de données et des technologies Internet, autant de solutions qui ont un impact grandissant sur les opérations commerciales. En réunissant ces trois événements sous une bannière commune, Stratégie Clients attend 12.000 visiteurs au Parc des Expositions de la Porte de Versailles à Paris.

● Une vision du marché à 360 °

Cette année, plusieurs partenariats sont mis en place avec l'ACSEL, L'AFRC, l'agora des directeurs commerciaux et de la relation client, le crestel, le CERCLE de la relation client, le MEDEF, le SNCD, mais également Markess international pour la partie étude. Parallèlement, le mercredi 17 mars, une journée exceptionnelle est consacrée à la mission nationale de la relation client. Cette mission, qui s'inscrit dans un processus de partenariat entre l'état et la profession, anime dans le cadre du salon une conférence plénière et quatre ateliers pour expliquer les enjeux et les principes de ses actions pour la profession.

Un programme complet de conférences vient compléter ces temps forts. Le menu proposé est particulièrement ambitieux. Plus de 50 conférences réunissent les meilleurs experts autour des solutions techniques et technologiques mais aussi autour des aspects humains de la relation client. Réseaux sociaux, environnement, pratiques des PME, e-commerce et fidélisation des clients sont les principales thématiques qui sont abordées par Stratégie Clients au sein d'un espace dédié. Stratégie Clients s'affirme également comme un outil pratique pour mieux appréhender les outils proposés par les exposants. Ainsi des Ateliers d'Experts et des débats thématiques permettent de mesurer les bénéfices enregistrés grâce aux applications techniques développées par les exposants. De plus, de nombreux événements rythment les trois jours de salon. Ainsi, la remise des Grands Prix de l'Innovation s'affirme comme le point d'orgue de la manifestation. Un jury composé de professionnels et de représentants de la presse récompense les innovations les plus marquantes des exposants. Enfin, chaque visiteur se voit remettre gratuitement CALL CENTER, le Guide des Centres de Contacts, de la Relation Client et de la Convergence, et DIRECT, le Guide des professionnels du marketing direct.

En réunissant l'ensemble des professionnels du secteur sur 12.000 m², Stratégie Clients devient un salon transversal qui offre une vision à 360 ° sur l'ensemble des outils, solutions, technologies et services qui permettent d'enrichir et d'optimiser son portefeuille de clientèle.

Contacts presse :

Tarsus France - Bruno Fillon

Directeur de Pôle

Tel : 01 41 18 63 25

E-mail : bfillon@tarsus.fr

FD COM - Franck David

Tel : 01 43 41 65 59

Mobile : 06 71 11 75 94

E-mail : presse@fdcommunication.fr