



Communiqué de presse

Stratégie Clients reste le rendez-vous incontournable des professionnels de la relation client et des centres d'appels

Paris, le 11 avril 2011

Salon Stratégie Clients
Le salon de la relation clients et des centres d'appels
5, 6 et 7 avril 2011
Paris, Porte de Versailles, Hall 1
164 exposants, 37 conférences, 29 ateliers
11.000 visiteurs

*En dépit d'une année 2010 difficile et d'un début d'année 2011 en demi-teinte, le salon Stratégie Clients reste le rendez-vous incontournable des professionnels de la relation clients et des centres d'appels. Près de 11.000 visiteurs se sont pressés à Paris, Parc des Expositions de la Porte de Versailles les 5, 6 et 7 avril derniers. Un chiffre qui confirme la **dynamique positive** dans laquelle s'inscrit cette édition.*

Un visitorat impliqué

Dans un contexte de sortie de crise particulièrement tendu, Stratégie Clients tire cependant son épingle du jeu et réaffirme cette année encore son statut d'évènement clé de la relation client et des centres d'appels. Près de 11.000 visiteurs ont parcouru les travées des salons Stratégie Clients et B-eCommerce. Ce chiffre est équivalent à celui de l'année précédente, **néanmoins le temps de visite a été beaucoup plus important**, traduisant le réel intérêt des participants pour les solutions proposées par les exposants. La cible visée par les organisateurs du salon a été atteinte avec succès puisque les visiteurs, prescripteurs au sein de leurs entreprises, n'ont pas hésité à concrétiser leurs projets sur place. A ce titre, les retours des exposants ont été particulièrement positifs, **nombre d'entre eux ayant trouvé de nouveaux clients sur le salon.**

L'ensemble de la profession représentée

Tarsus France, organisateur du salon, se félicite du retour des Directeurs relation clients et marketing des grands comptes, présence qui démontre que le salon Stratégie Clients est **l'évènement incontournable de la profession.** 164 exposants ont représenté tous les

métiers de la relation clients et des centres d'appels, proposant un éventail complet d'offres innovantes pour optimiser la politique marketing et le ROI des entreprises de toutes tailles. Un salon qui confirme par ailleurs **sa dimension internationale**, les visiteurs officiels, français comme étrangers, ayant été nombreux.

Une dynamique appréciée

Visiteurs et exposants ont apprécié les animations proposées lors du salon. Les 37 conférences et 29 ateliers, dont les thèmes ont été jugés particulièrement pertinents, ont connu **une fréquentation inédite**. On retiendra notamment la tendance marquée à l'innovation en matière de CRM multi-canal et l'arrivée des réseaux sociaux dans la relation clients. Les participants ont été satisfaits de la **couverture médiatique du salon** : 41 journalistes déclarés, plateau radio, présence de l'équipe webmarketing de Tarsus France, tous les éléments ont été réunis pour optimiser la communication autour de l'évènement, au bénéfice des exposants.

Plus simplement, c'est la bonne ambiance dans les allées du salon, l'esprit convivial entre participants qui ont fait le succès de cette édition.

Un résultat motivant pour les organisateurs, qui donnent rendez-vous à toutes et à tous les 3, 4 et 5 avril 2012 à Paris, Parc des Expositions de la Porte de Versailles, Hall 4.