

LE SALON DE LA RELATION CLIENT

STRATÉGIE CLIENTS

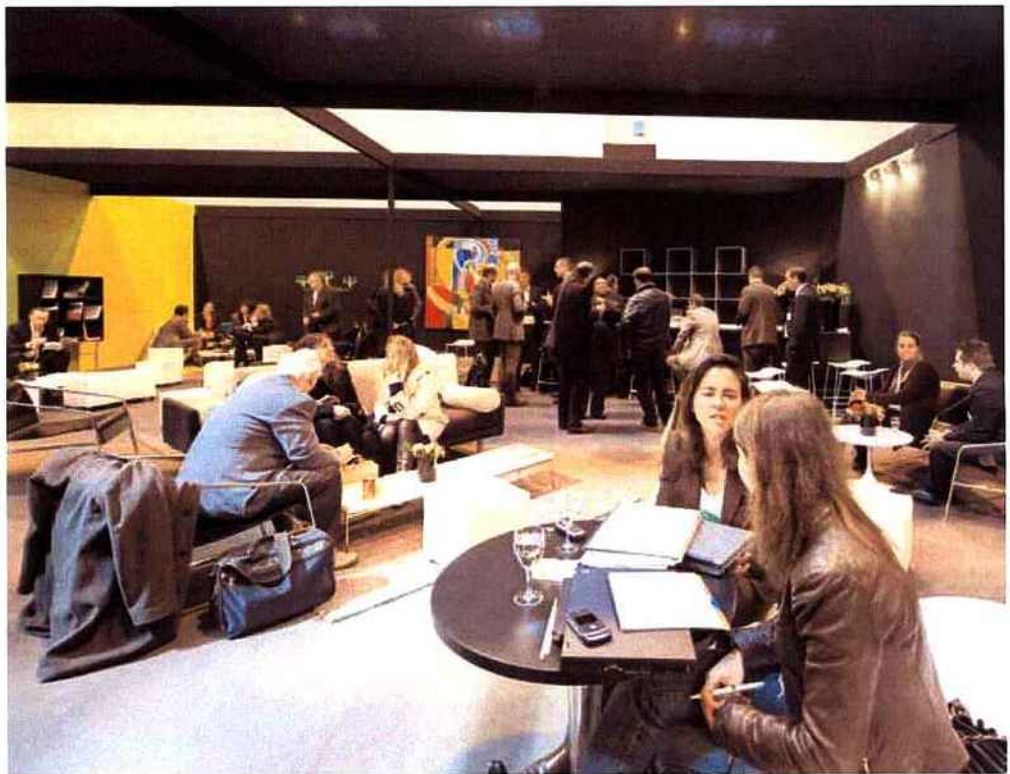
La 14^{ème} édition de SeCA se déroulera du 16 au 18 mars 2010 et devient *Stratégie Clients* en intégrant deux autres secteurs de la Relation Client : *Marketing clients by Data's* et *Gestion clients by CRMing*.

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 (12 000 m²).

De plus, *Stratégie Clients* intègre un secteur *Marketing Direct* pour s'affirmer comme le salon de référence en matière d'acquisition, de relation, de fidélisation et de gestion du client. Dans une situation économique particulièrement chahutée, le portefeuille de clientèle s'affirme comme une valeur fondamentale. 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.

Avec 12 154 visiteurs en 2009, le SeCA se voit enrichi de CRMing, la vitrine fédératrice de toutes les solutions et innovations en matière de CRM. Les visiteurs y découvriront les 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. 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, qui s'inscrit dans un processus de partenariat entre l'Etat et la profession, donnant lieu à une conférence plénière et quatre ateliers pour expliquer les enjeux et les principes de ses actions pour la

profession. Plus de 50 conférences réuniront également 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. La manifestation s'affirme également comme un outil pratique pour mieux appréhender les solutions proposées par les exposants. Ainsi des Ateliers d'Experts et des débats thématiques permettront de mesurer les bénéfices enregis-

trés grâce aux applications techniques développées par les exposants. De plus, de nombreux événements rythmeront 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 récompensera les innovations les plus marquantes des exposants. Enfin, chaque visiteur se verra 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.