



ACCLARO

Innovate. illuminate. Transcend.

LE BLUEPRINT DE L'ÉCOSYSTÈME UNIFIÉ

Comment transformer les plaintes de vos clients
en votre stratégie marketing la plus rentable.



Où perdez-vous de l'argent aujourd'hui ?

Arrêtez de regarder Google Trends. La réponse à votre prochaine campagne marketing réussie se cache à l'intérieur de votre propre maison : **dans vos journaux de support, vos emails de vente et vos fichiers Excel**.

C'est l'analyse que les agences traditionnelles ne veulent pas que vous voyiez. Nous vous dévoilons la **Méthode A-B-C** pour transformer la friction client en carburant de croissance.



Votre entreprise a une mémoire, mais pas de voix.

Peu importe que vous utilisez le CRM le plus cher du monde ou une feuille de calcul partagée sur Drive. Le problème est le même : **Le Silo**.

1. Vos équipes Support/Vente connaissent la vérité : Elles entendent les vraies plaintes. Elles savent pourquoi le client n'a pas acheté ou ce qui le frustre avec le produit. Elles enferment cette info dans un ticket ou une ligne Excel.

2. Votre équipe Marketing devine : Pendant que le Support détient la vérité, le Marketing paie des publicités Facebook en essayant de deviner quoi dire au public.

Vous avez un « Cerveau dans un Bocal ». Vous possédez l'intelligence (les données clients), mais elle est déconnectée de votre bouche (votre marketing).



Le Secret : L'intention du client est déjà dans votre base de données.

Les outils SEO vous disent ce que le monde cherche. Vos données internes vous disent ce que VOTRE client cherche.

- **La Donnée (Excel/CRM) :**
«Le client a appelé 3 fois pour demander comment configurer le Widget X.»
- **L'Interprétation Traditionnelle:**
« Le support a résolu le ticket. Affaire classée. »
- **La Vision Acclaro :** « Si un client a posé la question, mille autres la cherchent sur Google en ce moment même. Ce n'est pas un ticket ; c'est un article de blog qui vous apportera du trafic gratuit. »



La Méthode A-B-C (Manuel Pratique)

Comment le faire manuellement aujourd'hui.

A. AUDIT (Auditer la Friction) Ne regardez pas vos ventes ; regardez vos retours et vos FAQ.

- Action : Exportez vos 50 derniers emails de support ou les lignes de votre Excel de suivi.
- Recherche : Quel mot se répète ? « Prix » ? « Installation » ? « Livraison » ? C'est là que se trouve votre friction.

B. BRIDGE (Bâtir la Connexion) Traduisez le problème technique en langage humain.

- Donnée Brute : « Erreur 404 passerelle de paiement. »
- Traduction Marketing : « Guide : Que faire si votre paiement échoue et méthodes alternatives sécurisées. »
- L'Objectif : Le marketing doit avoir accès à ces données en temps réel, pas une fois par mois.

C. CONTENT (Créer le Contenu) Créez le contenu qui répond à la question avant que le client n'appelle.

- Résultat : Publiez le guide sur votre site web.
- Double Bénéfice : Vous améliorez votre SEO (en attirant de nouveaux clients avec le même doute) et vous réduisez vos coûts opérationnels (votre équipe support reçoit moins d'appels répétitifs).

Le faire sur Excel est possible. Le faire à l'échelle est un défi.

La méthode A-B-C fonctionne manuellement, mais elle est lente. Chez **Acclaro Labs**, nous automatisons ce cycle.

- 1. Nous connectons les câbles :** Nous faisons en sorte que votre Excel, Salesforce, HubSpot ou ERP envoient automatiquement ces « alertes de contenu » à votre équipe marketing.
- 2. Nous utilisons l'IA :** Nos modèles analysent des milliers de lignes pour trouver des modèles que l'œil humain ignore.
- 3. Nous unifions l'expérience :** Votre site web devient plus intelligent chaque jour, alimenté par vos propres données.

Votre technologie actuelle n'a pas d'importance. Si vous avez des données, vous avez de l'or. Nous vous fournissons la pelle.



Cessez de deviner. Commencez à unifier.

Voulez-vous que nous appliquions ce diagnostic à votre entreprise ?

Demander mon Audit de Clarté

(Strictement limité à 2 entreprises par mois en raison de la profondeur de l'analyse manuelle)

