



EQUIFAX



*Comment vous
démarquez-vous?*

Gamme de solutions de marketing d'Equifax

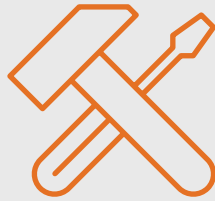
De nos jours, les consommateurs sont inondés de messages publicitaires.

Des campagnes de publipostage sont si inutiles ou hors de portée pour certains destinataires qu'elles en sont offensantes; des publicités en ligne reposent si explicitement sur l'historique de navigation de la veille qu'elles deviennent encore plus rébarbatives. Malgré ces coups d'épée dans l'eau, certains maîtrisent encore l'art du marketing : envoyer le bon message à la bonne personne au bon moment.





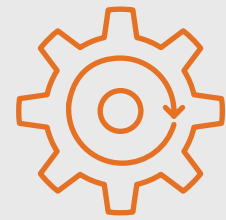
ACQUISITION



SERVICE



FIDÉLISATION



RECouvreMENT

Il ne suffit pas de découvrir les achats précédents ou les recherches faites sur Internet pour comprendre votre public. Les circonstances changent et les gens aiment rêver. Pour sortir du lot des trop nombreuses publicités et être pertinent aux yeux de votre marché cible, vous devez absolument connaître les moyens financiers de vos clients actuels et potentiels et rester au courant des changements dans leur vie.

La base de données sur le crédit des consommateurs d'Equifax Canada contient les crédits à la consommation d'environ 25 millions de personnes. Nous voyons les changements au fur et à mesure et avons une compréhension approfondie de la santé financière d'une personne. Nous utilisons ces données uniques pour transformer les connaissances en renseignements afin d'aider les entreprises à prendre des décisions plus éclairées. Notre gamme de solutions de marketing se fonde sur des données agrégées pour dresser un portrait précis de votre client.

Tout au long des étapes du cycle de vie du client – acquisition, service, fidélisation, recouvrement – Equifax vous tient au fait de votre marché : de la sorte, vous ne raterez jamais une occasion de créer et de cultiver les relations les plus avantageuses, tant pour vous que pour les clients potentiels.

Acquisition

La phase d'acquisition est celle où vous faites votre première impression, si primordiale. Les clients veulent savoir si vous essayez de les aider ou simplement de leur vendre quelque chose. À cette étape, vous pouvez montrer que votre entreprise accorde la priorité aux besoins, aux capacités et à la satisfaction de sa clientèle. Comment vous démarquerez-vous?

Les spécialistes du marketing doivent cibler les consommateurs potentiels tout en respectant les règlements sur la protection des renseignements personnels. Sans accès au dossier de crédit d'un individu, comment pourriez-vous déterminer qu'il constitue un bon client pour votre organisation? La réponse : les **données agrégées**.

L'information tirée d'un seul dossier de crédit Equifax ne peut être divulguée, mais le comportement de crédit et les pointages moyens d'un quartier en particulier, oui. Non seulement les données agrégées vous donnent une idée de la santé financière d'un groupe en fonction du code postal, mais elles peuvent aussi vous indiquer quel type de consommateurs le compose : qui ne regardent pas à la dépense, recherchent les meilleures offres, sont à risque, prennent leur temps pour payer, etc. Distribuer votre brochure la plus luxueuse aux maisons cossues du quartier n'est pas toujours le plan le plus rentable. Comment savoir si ces résidents dépensent prudemment? Les renseignements de crédit agrégés vous évitent de gaspiller des fonds de marketing sur les mauvaises cibles et orientent judicieusement vos campagnes.



Le saviez-vous?

La majorité des dossiers de crédit Equifax (90 %) comportent au moins un numéro de téléphone et aussi des numéros de téléphone mobile. Nos dossiers sont mis à jour avec un million de nouveaux numéros de téléphone par mois et la date est estampillée pour indiquer la validité des données.



Service

Durant la phase de service, vous restez au courant de la vie occupée et mouvementée de vos clients. Equifax peut vous aviser de changements importants qui feront croître votre relation, comme un nouvel emploi, un déménagement, l'ajout de nouveaux produits de crédit ou la modification de la limite de crédit.

Lorsqu'il s'agit de rester en contact avec vos clients, le choix du moment est primordial. Il est intéressant de savoir que votre client vit des changements, mais ce qui vous démarquera en tant que fournisseur est de le savoir avant les autres. Si un client a un nouveau numéro de téléphone ou une nouvelle adresse et que vous communiquez avec lui avant qu'il n'ait besoin de vous joindre, vous démontrez votre désir de rester en contact.

Fidélisation

Un fournisseur doit écouter ses clients et s'efforcer de conserver leur clientèle. Les clients fidèles sont les plus rentables et les plus difficiles à conserver.

Pour fidéliser les clients, il faut leur offrir des moments « sensationnels ». Au lieu d'envoyer des promotions sans distinction, ne présentez aux clients que les offres qui correspondent à leur vie en ce moment. Un changement d'adresse pourrait être une bonne occasion pour une institution financière d'augmenter la limite de crédit du client ou, pour un commerce de détail, de lui proposer de gros appareils électroménagers. De même, une nouvelle carte de crédit constitue une occasion de proposer une marge de crédit.

Quel que soit votre secteur, votre portefeuille de produits peut être adapté en fonction de la situation particulière de vos clients, et Equifax peut vous aider à le faire.

Recouvrement

Vous pourriez devoir recouvrer des fonds auprès d'un consommateur. La communication est essentielle à toutes les étapes du cycle de vie des clients; vous devez connaître tous les canaux de communication en place entre votre entreprise et vos clients.

Parfois, une difficulté mineure, comme un mauvais numéro de téléphone au dossier, repousse le recouvrement. D'autres fois, la situation est plus grave et nécessite une attention particulière. Le dossier de crédit Equifax contient ces renseignements, vous pouvez donc utiliser les solutions d'Equifax pour tenir vos dossiers à jour. Les renseignements à jour et les alertes en temps réel sur les changements dans l'historique de crédit d'un client peuvent donner de meilleurs résultats, car le processus de recouvrement sera plus ciblé.



Le saviez-vous?

Chaque jour, Equifax reçoit 150 000 mises à jour de dossier de crédit. Près de 4 000 nouvelles entrées sont ajoutées chaque semaine à notre base de données nationale sur les personnes décédées.



Gamme de solutions de marketing d'Equifax

Vue du voisinage^{mc}

Examine les comportements financiers à l'échelle microgéographique, c'est-à-dire par rue. Le profil du quartier est un bon indicateur du profil de l'individu puisque les renseignements de chaque individu contribuent au profil du quartier.

Segmentation du comportement de crédit Equifax

Les personnes qui ont le même code postal partagent souvent des attributs similaires. La segmentation du comportement de crédit Equifax va bien au-delà du ciblage traditionnel par code postal; elle fournit un profil de crédit collectif des personnes ayant le même code postal. Pour chaque code postal du Canada, Equifax a attribué un des 16 profils de comportement financier aux résidents. Les profils ainsi obtenus fournissent des renseignements détaillés sur les quartiers les plus pertinents pour vos campagnes de marketing direct.

Aperçus de portefeuille

Aperçus de portefeuille et Aperçus hypothécaires sont des outils d'analyse comparative en ligne et faciles à utiliser qui vous permettent de comparer le rendement de votre portefeuille de crédit ou de prêts hypothécaires au reste du marché de consommation canadien. Comme ces outils sont entièrement personnalisables, vous pouvez inclure les variables les plus pertinentes selon vos stratégies. En plus d'effectuer une analyse comparative de votre portefeuille, vous pouvez suivre le comportement de crédit de vos clients pour mettre en œuvre des stratégies de fidélisation et d'atténuation des risques.

Identité du défunt

L'envoi de matériel de marketing à des personnes décédées peut entacher votre marque et contrarier la succession. La solution Identité du défunt d'Equifax associe les noms figurant dans votre base de données à notre liste de Canadiens dont le décès a été confirmé. Ainsi, les spécialistes du marketing disposent de listes à jour, et les professionnels chargés de gérer les régimes de retraite peuvent réaliser plus rapidement leurs tâches de validation et vérification. Réduisez les pertes financières et les coûts d'exploitation en améliorant la visibilité de votre base de données clients, toujours plus volumineuse.

Solutions contact

Les solutions contact d'Equifax peuvent être utilisées à la fois pour les campagnes de marketing et les efforts de recouvrement des créances. Choisissez la solution contact adéquate pour votre campagne en fonction du type de données dont vous avez besoin pour confirmer les renseignements de vos clients, soit :

Le bouche-à-oreille est l'une des méthodes éprouvées d'obtenir et de conserver des clients. Les considérer comme des personnes, et non comme des portefeuilles, est la meilleure façon de se bâtir une réputation de fournisseur de confiance et de proximité. Grâce aux données d'Equifax, vous y parviendrez plus rapidement.

- l'adresse personnelle actuelle;
- l'adresse actuelle ainsi que certains renseignements personnels;
- les numéros de téléphone les plus récents.

Solutions Déclencheurs

Les solutions Déclencheurs d'Equifax permettent d'accroître les résultats des initiatives de marketing et d'améliorer les efforts de recouvrement des créances. Choisissez la solution Déclencheur qui convient à vos besoins :

- recevoir des mises à jour personnelles sur les changements apportés aux dossiers de crédit de vos clients;
- obtenir des données sur l'activité financière, y compris l'utilisation, les soldes et l'historique des paiements et des prêts;
- obtenir de nouveaux renseignements qui facilitent les efforts de recouvrement, comme les nouveaux effets en recouvrement et les nouveaux numéros de téléphone.

Équipe des solutions décisionnelles

L'équipe des solutions décisionnelles d'Equifax est composée d'analystes et de professionnels techniques chevronnés. Elle offre des services de premier plan pour aider nos clients, partout au Canada et dans tous les secteurs, à répondre à des questions d'affaires clés et à atteindre leurs objectifs commerciaux. L'équipe de l'analyse met au point des solutions analytiques personnalisées et génériques, en plus de fournir un soutien analytique et des renseignements fort utiles. Les équipes responsables de la stratégie aident les clients potentiels et les membres au besoin, leur fournissant des services-conseils techniques ou uniques dans leur discipline professionnelle.

Nos équipes prennent le temps de :

- comprendre les problèmes de nos clients;
- collaborer avec eux pour orienter, concevoir et offrir des solutions et des services qui augmentent le travail effectué par les ressources internes;
- communiquer les attentes et les objectifs;
- créer un lien à tous les échelons de l'entreprise.

L'équipe des solutions décisionnelles d'Equifax a effectué des centaines de déploiements de solutions d'information et possède une expertise éprouvée dans tous les secteurs.

Communiquez avec Equifax aujourd'hui et voyez comment nos données peuvent avoir une incidence positive sur toutes les phases du cycle de vie de votre compte.

1.855.233.9226 • [equifax.ca](https://www.equifax.ca)