

LA PAROLE À HÉLÈNE DRAOULEC, RESPONSABLE COMMUNICATION ET MARKETING OPÉRATIONNEL DE DIABOLOCOM



Publié le 28/04/2014

Nous renforçons les liens avec nos clients en partageant des moments de convivialité sur notre stand. Nous découvrons des prospects, dans une ambiance à la fois professionnelle et détendue qui rapproche nos salariés. Il nous est également arrivé d'y rencontrer de nouveaux partenaires.

En tant qu'éditeur de logiciels de gestion des interactions client, [Diabolocom](#) se doit d'être présent au Salon Stratégie Clients, l'événement de référence de notre secteur en France. Tous les professionnels de notre milieu s'y pressent, et avec un intérêt croissant ! Le rendez-vous est donc pris au mois d'avril depuis 7 ans déjà.

Les bénéfices sont multiples pour Diabolocom. Nous renforçons les liens avec nos clients en partageant des moments de convivialité sur notre stand. Nous découvrons des prospects, dans une ambiance à la fois professionnelle et détendue qui rapproche nos salariés. Il nous est également arrivé d'y rencontrer de nouveaux partenaires.

Bien plus qu'un moment propice à nouer des relations, le Salon Stratégie Clients est également un lieu où s'entrechoquent les idées et perspectives sur notre secteur, à travers de nombreux keynotes et ateliers. Nous y avons contribué cette année en tenant une conférence intitulée « Relation Client : la proactivité sans être Nostradamus » et avons particulièrement apprécié les échanges avec le public. C'est une expérience gratifiante que nous renouvellerons.

Je sais que beaucoup de Responsables Communication se posent la question –légitime– du retour sur investissement lors des salons. En ce qui nous concerne, nous rentabilisons chaque année notre mise de départ,

en profitant d'un formidable gain d'image. Pour cette raison, nous recommandons chaleureusement la participation à ce salon.

Hélène DRAOULEC, Responsable Communication et Marketing Opérationnel de Diabolocom