

COMARCH CRM&MARKETING



**IMPLÉMENTATION DE
COMARCH LOYALTY
MANAGEMENT POUR**



**brussels
airlines**

A PROPOS DE BRUSSELS AIRLINES

Brussels Airlines est la compagnie aérienne nationale belge et membre du groupe Lufthansa et de Star Alliance, offrant le plus grand choix de vols vers 97 destinations depuis la capitale de l'Europe. Avec une flotte de 50 avions et une équipe de 3500 personnes, Brussels Airlines a transporté 7,7 millions de passagers et généré 1,2 milliard d'euros de recettes en 2015.



DÉFIS

Dans le cadre du revirement stratégique de Brussels Airlines, le transporteur cherchait à renforcer sa proposition de fidélité et à compléter le programme de fidélisation de Miles & More, avec un nouveau programme axé sur un groupe cible différent. Brussels Airlines avait besoin d'une offre répondant aux critères suivants:

- Un système en mesure d'alimenter la proposition de fidélisation de la compagnie aérienne pour les voyageurs fréquents et non-fréquents.
- Accumulation de points basée sur les dépenses - points pour l'achat de billets et autres services à bord, utilisation de cartes de crédit co-brandées et transactions auprès des partenaires.
- Expiration des points selon l'activité: les points n'expirent pas tant que le membre vole au moins une fois par an.
- Réclamations automatiques rétroactives avec retraitement promotionnel en intégration avec le système Brussels Airlines.
- Aucune date d'interdiction - les points gagnés sont échangeables sur n'importe quel vol commercial.
- Proposition de regroupement familial - pour rendre le programme plus pertinent pour les voyageurs non fréquents.
- Règles de déblocage de rachat - les membres étant admissibles au rachat des points une fois les conditions spécifiques remplies.
- Le rachat et l'accumulation sont effectués sur le tarif mais aussi les frais de transports.



Comarch a présenté la meilleure solution dès le premier jour, non seulement en termes de produit mais aussi grâce à leur structure agile. Leurs professionnels recherchent toujours le moyen le plus efficace de répondre à nos besoins. Un an après le lancement de LOOP, les résultats sont bien au-dessus des attentes!"

Gemma Muñoz
Responsable fidélisation, Brussels Airlines

SOLUTION

Brussels Airlines a choisi Comarch Loyalty Management Travel Edition pour lancer son programme de fidélité. Les modules suivants ont été mis en place:



Business Administration – Module pour toutes les fonctions administratives nécessaires à la configuration du programme et du système ainsi que la maintenance opérationnelle. Dédié aux administrateurs système et aux utilisateurs professionnels.



Portail membres – Portail Web dédié aux membres du programme. Le portail est basé sur un CMS qui permet une personnalisation rapide et simple, tant en termes de contenu que d'apparence.



Contact Center – Conçu pour rationaliser les activités CRM, pour gérer les comptes clients

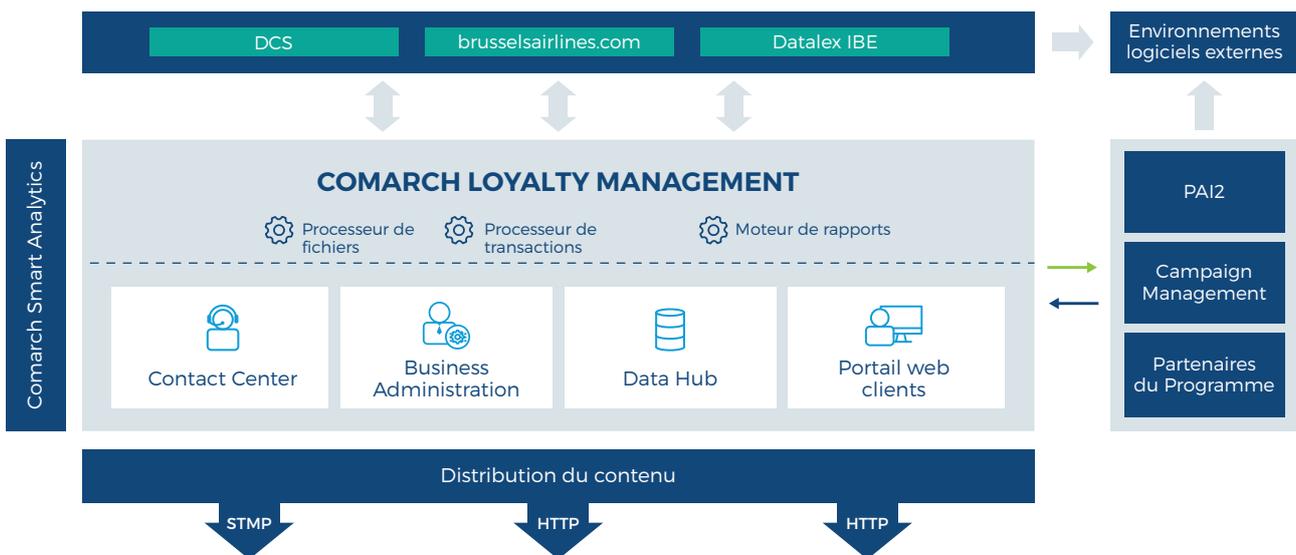
et les communications avec les membres du programme. Dédié aux agents d'appels / centres de contacts.



Data Hub – Outil chargé de rationaliser le processus d'échange de fichiers. Il permet aux utilisateurs d'intégrer rapidement et facilement de nouveaux partenaires, ce qui réduit le temps et le coût de nouvelles intégrations.



Comarch Smart Analytics – Un produit de reporting et d'analyse robuste permettant de suivre les performances du programme de fidélisation de bout en bout.



AVANTAGES DE L'IMPLÉMENTATION DE LA PLATEFORME

- Architecture système évolutive et robuste qui permet une croissance du programme LOOP.
- Outils avancés pour la gestion des règles d'accumulation du programme.
- Capacité de gestion des partenaires de bout en bout pour étendre le réseau du programme.
- Portail de recrutement de membres offrant un contenu éducatif attrayant sur le programme.
- La proposition de fidélité de LOOP a été intégrée à toutes les canaux de ventes de Brussels Airlines.
- Interfaces robustes pour l'intégration avec les systèmes de la compagnie aérienne pour le rachat, l'accumulation, la réclamation rétroactive et la synchronisation de profil.

RÉSULTATS

- Brussels Airlines a lancé le programme complémentaire de Miles & More 9 mois après le démarrage du projet.
- Brussels Airlines bénéficie d'un nouvel outil pour établir des relations avec les clients, pour qui Miles & More n'était pas la proposition de fidélité la plus pertinente.
- Brussels Airlines a créé une proposition commerciale qui a contribué à maintenir un avantage concurrentiel élevé contre l'expansion des compagnies aériennes low cost à l'aéroport de Bruxelles.
- Le nouveau programme de fidélisation de Brussels Airlines récompense les clients avec un vol plus rapidement. Avec LOOP, les membres obtiennent une récompense tangible en fonction de leurs dépenses.
- Récompenser les clients pour la location de voitures et les nuits d'hôtels.
- Aucune expiration des LOOPS tant que le membre demeure actif dans le programme, c'est-à-dire que le membre voyage au moins une fois tous les douze mois.
- Possibilité pour au maximum 5 personnes partageant la même adresse de mettre en commun leurs LOOPS.
- Possibilité de racheter des LOOPS à tout moment sur n'importe quel vol opéré par Brussels Airlines. Les LOOPS peuvent être échangés sur n'importe quel billet Check & Go, Light & Relax, Flex & Fast ou Bizz & Class.
- Possibilité d'utiliser les LOOPS pour couvrir le tarif et les frais de transport.
- Les paiements mixtes permettent aux membres du programme d'utiliser les LOOPS et les espèces pour payer un billet sur n'importe quel vol européen Brussels Airlines.

Le programme a introduit de nouvelles possibilités:

- Récompenser les clients en fonction de leurs dépenses sur les services et les vols exploités par Brussels Airlines.



Des produits puissants supportés par un service extrêmement fiable. Avec leurs solutions et leur attitude, Comarch s'est avéré être notre plus fort allié dans le pari réussi de créer un nouveau type de programme de fidélité - un pour les voyageurs peu fréquents."

Alessandro Alfano

Directeur des opérations de fidélisation

CHIFFRES CLÉS



A PROPOS DE COMARCH

Comarch a plus de vingt ans d'expérience dans la conception, la mise en œuvre et l'intégration de solutions à la pointe de l'informatique. L'aspect le plus important offert aux plus grandes entreprises est une suite complète de solutions informatiques et de services professionnels: pour construire et gérer des programmes de fidélisation, créer des expériences clients riches et des interactions personnalisées via de multiples points de contact, d'automatiser les processus de commercialisation et, enfin, booster les profits. Notre logiciel prend en charge l'ensemble de la chaîne de valeur de fidélité. Comarch possède une expérience multi-industrie, acquise par le travail avec plus de quatre-vingt clients, y compris des sociétés de produits de grande consommation, des télécoms, des institutions financières, des compagnies de voyage et d'autres, comme JetBlue Airways, l'aéroport d'Heathrow et BP. L'offre comprend également des analyses de données et des systèmes d'interactions clients innovantes basées sur la gamification, qui augmentent les bénéfices et renforcent les relations entre les clients, les partenaires et la marque.