

BP Global est l'un des plus grands groupes énergétiques au monde. Les données provenant du Rapport Annuel 2005 de l'entreprise et de ses comptes indiquent que le CA de l'ensemble du groupe s'élevait à 262 milliards de dollars: 19 raffineries et 28.500 stations-service présentes dans 26 pays sont concernées. La stratégie du groupe a été d'utiliser un seul programme informatique – Comarch Loyalty Management – destiné à fidéliser les clients via des campagnes de promotions définies selon les besoins de chaque filiale.



Le besoin

Comarch fut sélectionné en 2005 comme le fournisseur du système de fidélisation de BP Global, et ce, après une période de 12 mois d'un long appel d'offres auquel avaient participé 20 entreprises concurrentes. Furent réalisées dans le cadre de ce projet : des prestations de conseil, la livraison de licences propres au système, la personnalisation de l'application aux exigences des différentes filiales de BP, la maintenance en continue et l'hébergement du système. La mise en place du système est remarquable de par le fait qu'elle est entièrement basée sur une seule plateforme informatique, hébergée sur les serveurs du Centre de Données de Comarch, à Cracovie. Le système fonctionne en réponse aux exigences locales; c'est par l'analyse des processus et des fonctionnalités système de chaque pays qu'une telle adaptation a été rendue possible.

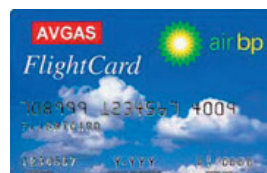
Principes généraux de fonctionnement du programme

Le système existe chez BP Allemagne et BP France – les plus grandes divisions européennes de BP – depuis l'année 2006. Le système Comarch Loyalty Management constitue un outil innovant de gestion des processus, permettant à BP de définir un ensemble varié et complet de programmes de fidélisation.

Une gestion efficace de la base de données clients, un temps court de mise en oeuvre et une simplicité d'utilisation sont quelques uns des avantages essentiels résultant de la mise en oeuvre d'un tel système.

En externalisant l'hébergement du système, les coûts opérationnels diminuent, ce qui a également des effets non négligeables sur le ROI de la solution mise en oeuvre.





BP Allemagne

Le début de la mise en œuvre du projet eut lieu à la mi-avril 2005, et celui-ci fut terminé en mai 2006.

Le système est intégré en *slave model* avec l'un des systèmes de fidélisation les plus répandus en Allemagne connu sous le nom de "PAY BACK" (master model). Le système Comarch assure l'interface avec le *master system* permettant ainsi aux clients pour lesquels les points ont déjà été crédités, de pouvoir les échanger librement et choisir une des récompenses du catalogue PAY BACK. Le système fonctionne en environnement hybride *on-line* et *off-line* et utilise les modules suivants: Business Administration, Portail Web B2C, Centre d'Appels et Logistique.

On dénombre actuellement plus d'1 million de comptes actifs au système, 12 millions de cartes de fidélité et 85 millions de transactions enregistrées dans la base de données.

L'identification des clients au programme se fait au moyen des cartes de fidélité, ou bien, au moyen de cartes de paiement privatives.

Les points de fidélité sont attribués au compte de l'utilisateur en fonction de la valeur des achats réalisés, des coupons de promotion échangés et des actions réalisées sur Internet (inscription, clic sur bannières). Un centre d'appels et un site internet dédié permettent aux membres de pouvoir échanger les points en station-service.

BP France

Le projet commença en octobre 2005 et fut terminé en avril 2006. Le programme est mono-partenaire: il s'agit d'un *modèle stand-alone* géré par BP. Le système comporte les modules de Business Administration, portail web B2C, et centre d'appels. Afin d'assurer le passage au nouveau système, les données de 800.000 cartes de fidélité ont été progressivement transférées vers le nouveau système et les anciennes cartes ont été échangées contre de nouvelles. De ce fait, les clients ont pu rapidement commencer à cumuler des points de fidélité.

En pratique, le système fonctionne en mode *on-line*, assurant ainsi 300.000 transactions par semaine. De manière générale, on dénombre plus de 13,5 millions de transactions dans la base de données, 1,5 millions de cartes et 60.000 membres enregistrés au programme de fidélisation.

L'adhésion au programme a lieu soit via des applications propres aux stations-service, un site web B2C dédié à cet effet ou bien via un centre d'appels. Les points de fidélité sont accumulés sur la base des montants de carburant acheté, sur la valeur des services payants proposés par BP, mais aussi sur la base d'événements récurrents tels que : anniversaire , dépassement d'un seuil prédéfini de dépenses, etc.

Le nombre et le solde de points résultant d'une transaction sont imprimés sur le ticket de caisse.

Siège social Comarch

Al. Jana Pawła II 39 a
31-864 Cracovie
Pologne

tél: +48 12 64 61 000

fax: +48 12 64 61 100

e-mail: info@comarch.com

www.comarch.eu/fr

www.comarch.com www.comarch.pl www.comarch.de www.comarch.ru

Comarch Spółka Akcyjna with its registered seat in Kraków at Aleja Jana Pawła II 39 A, entered in the National Court Register kept by the District Court for Kraków-Śródmieście in Kraków, the 11th Commercial Division of the National Court Register under no. KRS 000057567. The share capital amounts to 7,960,596.00 zł. The share capital was fully paid, NIP 677 - 00 - 65 - 406
Copyright © Comarch 2009. All Rights Reserved.