

Ce fut au début du mois d'avril 2008 que fut terminée la mise en place du système Comarch Loyalty Management dans le réseau de magasins Leroy Merlin. Le projet, réalisé en six mois, avait pour objectif la création d'un système destiné à gérer un programme de fidélisation novateur, dont l'objectif était d'identifier le groupe des clients les plus rentables pour Leroy Merlin.



### Principes de fonctionnement

Le programme de fidélisation D.O.M. est disponible dans chaque magasin du réseau Leroy Merlin Pologne. Les clients adhèrent au programme en remplissant un formulaire d'adhésion sur le site internet de l'entreprise dédié à cet effet. Une fois après avoir dûment rempli le formulaire, le client est invité à se rendre à l'un des Points Programmes du magasin de son choix, de manière à obtenir et activer la carte de fidélité. Le formulaire d'adhésion est également disponible en magasin et il est possible de faire appel à des conseillers ou employés du Point Programme. La participation au programme est payante et coûte 20 zlotys (environ 5 euros).

Chaque participant au programme D.O.M. reçoit un ensemble de trois cartes, comprenant une carte d'usage privilégié ainsi que deux autres cartes d'usage secondaire. Elles permettent de cumuler des points de fidélité sur les comptes des participants, pour chaque transaction réalisée dans les magasins Leroy Merlin. Les points de fidélité peuvent être cumulés à l'aide des trois cartes du programme ; cependant, uniquement la carte à usage privilégié permet de pouvoir tirer partie des privilèges offerts par le programme, en particulier des réductions récompensant la fidélité des clients. Ce qui signifie qu'une carte d'usage secondaire peut être par exemple laissée soit à des membres de la famille, soit à des artisans ; les points résultant de l'ensemble des achats réalisés seront comptabilisés sur le compte commun du programme.

L'adhésion au programme s'accompagne d'une réduction de 5% valable dans les magasins Leroy Merlin et utilisable en une seule fois et ce, même juste après avoir réalisé les premiers achats au moyen de la carte du programme. Cette réduction est valable au plus tard au cours du mois suivant l'activation de la carte. La carte du programme est valable pendant une période de 12 mois, à partir du jour suivant l'activation de la carte.

### Règles de cumul des points

Les points de fidélité sont comptabilisés sur le compte des participants au programme pour tout achat réalisé, et même pour les articles en réduction, sur la base du montant réel dépensé en magasin Leroy Merlin et quel que soit le mode de paiement utilisé. Afin de pouvoir cumuler correctement des points, le participant au programme doit présenter au caissier sa carte avant chaque transaction.

Le règlement du programme de fidélisation stipule que trois zloty dépensés donnent droit à un point de fidélité. Pour chaque multiple de 1000 points figurant au solde du compte, le membre du programme a droit à une réduction de 10% valable dans le magasin Leroy Merlin de son choix et utilisable en une seule fois. Les points sont visibles sur le compte de fidélisation du participant au programme un jour après la date de transaction.

### Avantages supplémentaires du programme

La participation au programme ne donne pas seulement droit à des réductions récompensant la fidélité des clients ; elle garantit également l'accès à l'historique des achats réalisés, au moyen d'un site internet dédié à cet effet. Ce site donne accès aux informations relatives aux précédents achats, à une gamme de produits similaires aux derniers achats réalisés et à une procédure simple de gestion des retours qui ne nécessite d'ailleurs pas de présenter le ticket de caisse. Les membres au programme exercent ainsi un réel contrôle des dépenses qu'ils peuvent comparer aux réductions acquises en échange. De plus, les participants au programme sont livrés dans la journée au cours de laquelle l'achat a été réalisé et reçoivent gratuitement un exemplaire du magazine de décoration d'intérieur „Dom z pomysłem" („Des idées pour votre maison")

### Mise en œuvre du système

Le système Comarch Loyalty Management destiné aux magasins Leroy Merlin se compose des modules de Business Administration et de Portail Web pour membres du programme ainsi que de l'interface réservée au personnel des Points d'Information permettant l'inscription au programme et la bonne réalisation des opérations sur le compte. Le système fut installé dans le Data Center de l'entreprise, qui se trouve au siège de Leroy Merlin, et qui rassemble les données dans une seule base de données centrale.

Les points cumulés ne sont pas synchronisés de manière immédiate au système central. Les données résultant des transactions de fidélité sont associées au numéro de carte de fidélité utilisée et enregistrées dans le système de caisse ; elles sont ensuite transmises par paquets une fois par jour, au moyen d'un fichier d'extraction vers le système de fidélisation où elles seront traitées. Les opérations d'échange de points entraînent la diminution du solde de points et sont enregistrées dans le système central de manière immédiate. Les données relatives au solde des cartes de fidélité ainsi que l'historique des transactions sont enregistrées de manière centrale ; la carte de fidélité est exclusivement porteuse de l'identifiant du client.

### A propos de Leroy Merlin

Historiquement, Leroy Merlin est la plus vieille chaîne de magasins de bricolage présente sur le marché polonais. C'est en 1996, à Piaseczno, près de Varsovie, que le premier magasin Leroy Merlin vit le jour. Leroy Merlin offre un large choix de produits avec entre autres : matériaux de construction, menuiserie, articles électriques, articles et équipements hydrauliques, chauffage et ventilation, instruments et accessoires de bricolage pour atelier, produits destinés à sécuriser la maison, accessoires pour meubles, planchers, panneaux, moquettes, peintures et vernis, accessoires pour salles de bain et cuisines, articles décoratifs, éclairage, plantes, équipements et articles de jardin. Il y a actuellement 29 magasins Leroy Merlin en Pologne, et il s'agit de la deuxième plus grande chaîne de magasins de bricolage du pays en terme de chiffre d'affaires.

Le système permet à Leroy Merlin de communiquer de manière personnalisée avec ses clients, au moyen de divers canaux de communication, mais aussi d'organiser des campagnes de promotion diversifiées, pouvant se baser sur n'importe quel critère de transaction tel que par rapport à la gamme des articles achetés. Le système permet également de définir une stratégie de récompenses propre à chaque segment particulier de clients.

### Résultats

«Le programme de fidélisation constitue pendant les 2-3 premières années un investissement; le but est de créer une base de données permettant d'analyser les habitudes d'achat de nos clients, ainsi que leurs besoins d'agencement pour la maison dont ils rêvent tant» – signale Beata Woszczyńska de Leroy Merlin.

«L'acquisition de telles connaissances servira à construire des offres individualisées qui pourront répondre aux principaux besoins des clients. A la fin de cette étape, nous pourrons identifier les clients qui nous sont le plus fidèles, et pour lesquels la valeur ajoutée que nous offrons soit la plus durable possible.»

#### 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.