



# ETUDE DE CAS - X5 RETAIL GROUP

Le Groupe X5 Retail choisit Comarch pour fidéliser ses clients

Le groupe X5 Retail est la plus grande chaîne de distribution en Russie. En date du 30 septembre 2010, le groupe X5 comptait 1630 magasins sous différentes enseignes : **Pyaterochka** 1232 magasins discounts, **Perekrestok** 289 supermarchés, **Karusel** 65 hypermarchés et 44 magasins de proximité.

X5 Retail Group est présent dans 42 régions de la Russie, ainsi qu'en Ukraine.

L'objectif stratégique majeur du Groupe est de devenir le principal consolidateur du marché de la grande distribution russe et être le leader absolu de la distribution russe, capable de rivaliser avec les grandes enseignes internationales.

Les certificats représentatifs d'actions du groupe sont cotés depuis Mai 2005 en Bourse de Londres sous le symbole «FIVE».



## CHALLENGES

L'objectif principal du projet X5 Club, développé par l'une des plus grandes chaînes de distribution russe, est de récompenser les clients des supermarchés et hypermarchés pour leur fidélité en leur offrant des points de fidélité. Le principal objectif de la mise en place de ce programme était de construire un **programme de fidélité** appuyé par une solution IT efficace et moderne.

X5 Club se compose de deux programmes de fidélisation indépendants: "**Perekrestok Club**" et "**Volshebnyaya Karta**". Ces deux programmes sont gérés par notre solution de Gestion de la Fidélisation **Comarch Loyalty Management**.

## RÈGLES DU PROGRAMME

Les membres du programme peuvent s'inscrire dans n'importe quel magasin du groupe et reçoivent un kit de démarrage composé d'un support marketing et d'une carte magnétique de « **Perekstok Club** » (une carte pour **Volshebnyaya Karta**) . Les cartes principales permettent aux membres de recevoir ou d'échanger des points de fidélité, alors que les cartes supplémentaires ne permettent que la collecte de points de fidélité. Les points de fidélité peuvent immédiatement être crédités sur une carte. Cependant, l'échange de points de fidélité ne peut se faire que 15 jours après la réception de la carte et l'enregistrement du client sur le système.

En 2010, le Perekrestok Club comptait 10 partenaires: l'**AKP LUKOIL**, **S7** et **Transaero Airlines**, la chaîne de vêtements **SELA**, l'opérateur de téléphonie mobile **ALLE**, les e-boutiques **Bolero** et **003.ru**, la chaîne de magasins **Nastroynie**, et la chaîne de blanchisserie **DIANA** .

Dans le programme « Volshebnyaya Karta », les participants peuvent également collecter des points en réalisant des achats sur les boutiques en ligne partenaires Bolero et 003.ru.

## BÉNÉFICES

Dans le «Perekrestok Club», les membres reçoivent des points de fidélité en fonction du montant dépensé lors de leurs achats de tous les jours (selon le principe de base : 2 points pour chaque tranche de 10 roubles). Les membres peuvent échanger leurs points contre tout produit en respectant la formule 10 points représentent 1 rouble.

Les points de fidélité sont répartis en points **standards** et points **supplémentaires**. Selon les règles de ce programme, le client gagne des points grâce à chaque achat. La valeur de la transaction détermine le nombre de points accordés au titulaire de la carte. Les points supplémentaires sont accordés lors d'achats à des heures spécifiques, à l'occasion d'une offre spéciale sur des produits prédéfinis, ou le jour de l'anniversaire du client ou lors de l'achat d'un certain produit.

Une caractéristique particulière du programme «Volshebnyaya Karta» est l'**accumulation progressive de points** (la règle principale est 1 point pour chaque tranche de 10 roubles). Une personne qui se joint au programme et effectue des achats d'au moins 1000 roubles peut recevoir 100 points. Cependant, si le total des achats des trois derniers mois dépasse 30.000 roubles, le double de points sera accumulé au prochain trimestre. Si le total des achats dépasse les 100.000 roubles, le taux d'accumulation sera 5 fois supérieur. Cela peut constituer un avantage important pour les grossistes et les entreprises privées. Des points supplémentaires sont également prévus pour les achats de biens non-alimentaires et dans diverses promotions.



## IMPLEMENTATION

Le projet pilote du programme **Perekrestok Club** a duré 3 mois et a été lancé en Novembre 2006, dans 3 magasins Perekrestok dans la région de Moscou – un hypermarché et deux supermarchés. Après cette période initiale, 90 autres magasins Perekrestok ont été connectés au système.

L'intégralité du projet de création du programme de fidélité, ainsi que l'implémentation de **Comarch Loyalty Management** fut achevée en six mois. Le projet comprend la mise en œuvre du système, ainsi que les services de consulting, de support technique, de maintenance, d'hébergement et les services de DRC depuis le Datacenter de Comarch à Cracovie en Pologne. Le système de Comarch Loyalty Management fonctionne en mode «online».

Les modules de **Business Administration, Application Multipartenaires, Centre de Contact Comarch** et l'**application Portail Web** sont installés dans la solution **Comarch Loyalty Management**.

L'intégration entre Comarch CLM et l'opérateur Mobile ALLE permet aux membres du programme d'échanger des points de fidélité en minutes ou SMS supplémentaires ou encore de recevoir des minutes pour des achats spécifiques.

## COMMUNICATION

Le système mis en place pour X5 Club a été fourni avec un module de communication moderne, permettant aux utilisateurs de définir des messages marketing et de les envoyer via **différents canaux de communication**. Ce module permet d'informer les clients sur le nombre de points gagnés à chaque achat, le solde de leur compte et des offres individuelles créées pour un participant en particulier.

Les offres individualisées sont basées sur l'historique d'achats ainsi que sur les données tirées des questionnaires envoyés aux participants.

Les canaux de communication qui pourraient être utilisés par X5 sont: l'édition de **reçus supplémentaires**, une «**aide électronique**» (un kiosque-infos spécial dans le magasin), le service SMS, l'application **Customer Web** et les **emails**.

## RÉSULTATS

Le lancement du programme de Fidélisation de Perekrestok Club fut un grand succès. Actuellement dans les magasins participants:

- La valeur du panier moyen des membres du programme est **45% supérieure** à celle des non-membres.
- Plus de **230 promotions actives** et en simultané.
- Plus de **26% du chiffre d'affaires** est généré par des opérations de fidélisation.

En mode test, le programme «Volshebnyaya Karta» a commencé dans la région Volga-Vyatskiy le 1er avril 2010 et durant les deux mois de l'opération, environ **40.000 habitants** de Nijni-Novogorod (4 hypermarchés), de Dzerzhinsk (1 hypermarché) et de Cheboksary (1 hypermarché) ont rejoint le programme. A la fin de mai 2010, les titulaires des cartes avaient déjà accumulé près de **50 millions de points**.

« Nous cherchons constamment à écouter nos clients et guidés par leurs préférences, nous mobilisons des partenaires de différents domaines d'activité. Notre programme de partenariat est basé sur la «règle de 360°»: nous attirons et continuerons à attirer des partenaires pour couvrir tous les domaines de vie de nos utilisateurs» d'après **Alexander Ivanov**, Responsable Management des Programmes de fidélisation et de la relation client chez X5 NV Retail.

«Volshebnyaya Karta est un nouveau programme de fidélisation efficaces pour les clients, utilisant les technologies les plus modernes et assurant le maximum d'avantages pour les clients fidèles à nos hypermarchés. Cette carte offre non seulement des avantages matériels, mais est également un outil qui nous permet d'écouter le client, de mieux le comprendre et d'améliorer nos activités en étant orientés - clients.» **Karina Czernikowa**, Directrice Marketing X5 NV Retail Group.

## FAITS ET CHIFFRES CLÉS

### Perekrestok Club:

Près de **2.333.600 participants actifs**  
Approx. **5.915.550 cartes dans le programme**  
Plus de **131.006.100 transactions Perekrestok** depuis le début du programme  
**135 promotions actives** pour les participants au programme

### Volshebnyaya Karta:

Près de **40.000 participants**  
Approx. **50 millions de points** distribués



Comarch SAS  
19 avenue Le Corbusier  
59000 Lille

[www.comarch.fr](http://www.comarch.fr)

[www.comarch.com](http://www.comarch.com)

[www.comarch.de](http://www.comarch.de)

[www.comarch.eu](http://www.comarch.eu)

[www.comarch.ru](http://www.comarch.ru)

[www.comarch.pl](http://www.comarch.pl)

Tel: (+33) 3.62.53.49.00  
Fax: (+33) 9.55.24.46.94  
E-mail : [info@comarch.fr](mailto:info@comarch.fr)

Copyright © Comarch 2011 Tous droits réservés.

Aucune partie de ce document ne peut être reproduite sans une autorisation expresse de Comarch.

Comarch se réserve le droit de réviser le document sans préavis. Document non contractuel.

Les marques et services de Comarch sont l'exclusive propriété de Comarch et ne peuvent être utilisés sans autorisation.

COMARCH SAS AU CAPITAL DE 1 300 000 € – RCS LILLE B 500 252 606 – LES SPÉCIFICATIONS PEUVENT ÊTRE MODIFIÉES SANS PRÉAVIS