



COMARCH EMM

COMARCH LOYALTY MANAGEMENT

# ETUDE DE CAS - GROUPE HEINEKEN

## Mise en place du programme de fidélité pour les brasseries Heineken

Création : 1864  
Siège social : Amsterdam  
Secteur : Brasserie  
CA en 2011 : 16,13 Miliards de d'Euros  
Effectifs 2011 : 66 000 employés



### Le groupe Heineken - Zywiec

Le groupe Zywiec fait partie du groupe Heineken et est le leader sur le marché des brasseries en Pologne. C'est également le seul groupe à posséder son propre circuit de distribution, proposant en direct sa gamme de produits de bière ainsi qu'une large sélection de vins et autres spiritueux.

Le club partenaire Akademia Zyskow, créé par le groupe Zywiec, participe au développement commercial en termes de fabrication et de distribution des produits alcoolisés.

Les partenaires du groupe peuvent être adhérents, chaque année le club intègre de nombreux membres, et permet aux organisateurs de stimuler les acteurs de la chaîne d'achat et de revente. Ces derniers peuvent accéder à des informations liées au déroulement et à l'organisation des magasins, au contrôle qualité des produits, aux techniques de vente modernes, et à la gestion du personnel.

### Situation initiale

Le club partenaire créé en Janvier 2010, propose une formule unique pour améliorer l'attractivité des offres du Groupe Zywiec dans les points de vente.

La formule du programme permet de développer les parts de marché de l'entreprise en utilisant des méthodes marketing modernes et en bâtissant des relations professionnelles étroites avec les groupes cibles. Le programme est accompagné d'un magazine bi-mensuel.

Le fonctionnement du programme est assuré par le système **Comarch Loyalty Management**, mis en place en Décembre 2009. Ce système est composé d'une **application d'administration** destinée à la gestion du logiciel, d'une **application "centre d'appels"** pour gérer la communication entre les différents acteurs du programme, ainsi que d'une **application B2B** fournissant aux participants du programme un accès à leur compte via un portail qui leur est spécialement dédié.

### Solution mise en place

Les commerciaux du groupe invitent leurs clients dans les différents points de vente à participer au programme.

Lors de l'enregistrement, les participants sont conviés à compléter un formulaire d'inscription. Sur cette base, un compte individuel est créé dans le système et les participants reçoivent alors un mot de passe pour accéder au site internet du club.

Chaque compte est ainsi associé à un identifiant unique, représentant un point de vente spécifique, intégré dans le système de transaction du groupe Zywiec. Chaque magasin est identifié lorsque des données de transaction sont traitées dans le système, permettant ainsi d'attribuer le bon nombre de points sur le compte du bon participant.

Bien que le formulaire d'inscription soit enregistré manuellement dans le système CLM, le processus est significativement simplifié dans la mesure où toutes les données des différents points de vente sont par la suite stockées dans l'application.

Dans la phase finale d'enregistrement au programme, le système CLM envoie automatiquement un message prédéfini au participant en incluant un accès à une section privée du portail web.

### Récompense des participants

Dès la création de son compte, chaque participant collecte des points.

Les règles d'attribution de ces points sont au préalable, définies dans le système **Comarch Loyalty Management**, et sont communiquées au client via le canal de communication désiré (email, sms, fax...)

Pour procéder à l'échange de ses points et obtenir son cadeau, un participant peut :

- Passer par le site internet,
- Envoyer un SMS avec son code d'identification,
- Remplir un formulaire et l'imprimer afin qu'il soit traité par l'opérateur,
- Appeler la ligne téléphonique dédiée.

Pour échanger les points contre un cadeau, un participant se doit d'avoir le nombre de point requis et ne doit pas avoir d'arriéré de paiement.

## Échange de données dans le programme

Le système a été mis en place dans un mode de fonctionnement online, avec la possibilité de synchroniser quotidiennement les données de transaction offline.

L'administrateur du programme gère de manière centralisée la création et la diffusion des promotions. L'échange de points est toujours réalisé en mode online.

La mise en place de la solution inclue l'intégration et la connexion avec le système de transaction du groupe Ztwiec, via une passerelle SMS et des systèmes logistiques externes qui gèrent la livraison des cadeaux aux clients.

**Le système est installé dans l'un des Datacenters de Comarch, basé au siège sociale à Cracovie, et rassemble toutes les données du programme dans une base de donnée centrale.**

## La communication multicanale au coeur de la solution de fidélisation CLM

La solution mise en place par Comarch offre la possibilité de contacter les participants du programme à travers de nombreux moyens de communication. Le périmètre et le contenu des messages sont définis directement dans l'application (SMS, email, site internet...)

Un accès permanent à l'information concernant le programme, et ses règles, est proposé grâce à une ligne téléphonique dédiée, prise en charge par l'application «centre d'appel» de **Comarch Loyalty Management**.

Le site internet permet de vérifier le solde d'un compte, les demandes de récompenses, les modifications du compte d'un participant et la participation à certaines activités (challenges ou études).

La communication par SMS, supportée par le système, permet aux utilisateurs de vérifier le solde de leur compte ou de recevoir leur mot de passe d'accès au site.

Le programme permet également aux dirigeants du groupe Zywiec de communiquer avec leurs commerciaux, aussi utilisateurs de l'application.



### Comarch SAS

17 rue Paul Langevin  
ZI du Hellu  
France

**tel.:** (+33) 3 62 53 49 00

**fax:** (+33) 9 55 24 46 94

**e-mail:** fidelisation@comarch.fr

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

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

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

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

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

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

Copyright © Comarch 2012. Tous droits réservés.

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

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

Comarch SAS - au capital de 1 800 000 € - RCS LILLE B 500 252 606 - LES SPECIFICATIONS PEUVENT ETRE MODIFIEES SANS PREAVIS.