

**COMARCH** CRM&MARKETING



**COMARCH LOYALTY  
MANAGEMENT  
IMPLÉMENTATION  
HUDSON BAY**

**HUDSON'S BAY**

## A PROPOS

Créée en 1670, Hudson Bay est une des plus anciennes entreprises d'Amérique du Nord. L'enseigne compte aujourd'hui 90 points de vente au Canada ainsi qu'un site e-commerce, thebay.com. Pour accélérer son développement, Hudson Bay a fait le choix de l'international en 2017, dans un premier temps avec l'ouverture de 10 magasins aux Pays-Bas, accompagnées du lancement du site e-commerce hudsonbay.nl. L'entreprise ouvrira en 2018 8 nouveaux magasins.

## CHALLENGES BUSINESS

Inconnue sur le marché Néerlandais, Hudson Bay cherchait un outil pour acquérir plus rapidement une large base de clients mais également une solution à même d'engager par la mise en place de communications et services hautement personnalisés. Pour cela, l'entreprise souhaite collecter de la data sur les préférences des consommateurs en termes de marques, produits, collaborateurs et canaux de communication. Ces informations, associées aux historiques d'achats notamment, doivent permettre à Hudson Bay de cibler les consommateurs avec des offres fidélité personnalisées, mais également de supporter les ventes en créant une expérience client unique.

## SOLUTIONS FOURNIES

Le programme de fidélisation de Hudson Bay, fourni par Comarch, repose sur la plateforme Comarch Loyalty Management et intègre plusieurs technologies innovantes comme le marketing de proximité et services géo-localisés, beacons en magasin ainsi que l'utilisation de notifications push via l'application mobile. Le cœur du projet repose sur le moteur de règles de fidélisation Comarch (Comarch Loyalty Management). Combinés, le moteur de règles et l'application mobile participent à la création d'un canal de communication one-to-one intégrant toutes les parties prenantes, de la marque en passant par les magasins, les collaborateurs et bien évidemment les clients. À l'intérieur des magasins Hudson Bay, la plateforme est soutenue par un réseau d'objets connectés, beacons, qui fournit des informations détaillées sur l'emplacement du client via le protocole Bluetooth. Cette technologie permet à Hudson Bay de faciliter le repérage des clients en magasin et de leur envoyer des offres et messages basés sur leur localisation. À la demande de notre client, certaines fonctionnalités supplémentaires ont été ajoutées à la solution CLM. Le calendrier des événements permet aux directeurs de magasin d'inviter plus facilement les clients à des événements exclusifs alors que dans un même temps les membres du programme peuvent prendre rendez-vous chez le coiffeur d'Hudson Bay en quelques secondes. L'ensemble est également complété par un outil de chat intégré et personnalisé permettant aux clients de contacter leurs vendeurs préférés pour obtenir des informations ou encore planifier un rendez-vous.

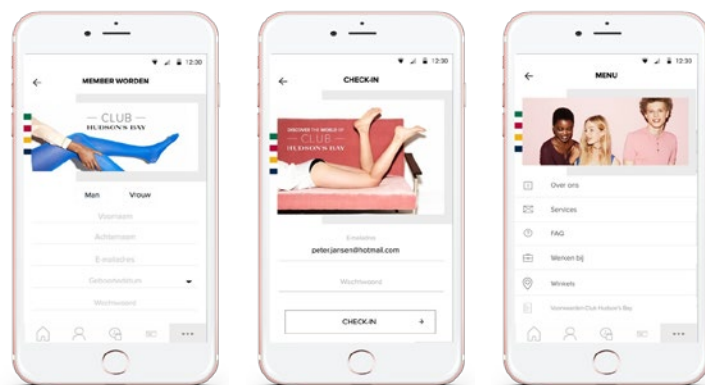
## PROJET D'IMPLEMENTATION

Le projet a démarré à la mi-décembre 2016 et a été divisé en 2 phases. La date de livraison finale du système a notamment été fixée en fonction des dates d'ouverture des magasins, ne laissant aucune place à un éventuel retard. Le défi a été accepté, et après moins de 10 mois de mise en œuvre en étroite coopération avec Hudson Bay, un système de fidélisation hautement personnalisé a été livré et rendu accessible aux premiers clients de l'enseigne aux Pays-Bas. La première phase a consisté à mettre en place le système Comarch Loyalty Management en association avec toute nouvelle base de données clients. Nous avons lancé un portail de fidélité et une application mobile (disponible sur IOS & Android), adaptés aux spécificités d'Hudson Bay et permettant aux clients de s'inscrire au programme de fidélité, d'accéder aux dernières nouvelles et aux offres en édition limitée réservées aux membres. Via cette dernière fonctionnalité, développée exclusivement pour Hudson Bay, les clients peuvent commander des pièces uniques de designers avant même l'ouverture du magasin. Pour respecter les délais liés au projet, les fonctionnalités de base de la Phase 1 ont été mises

en service en mai 2017, alors que le développement de la phase 2 se poursuit encore. Au cours des 3 mois suivants, Comarch a intégré le moteur de fidélisation aux principaux canaux de vente tels que le POS (encaissement) et le site e-commerce, les services d'identité, le fournisseur de carte de crédit co-brandé, les nombreux systèmes internes Hudson Bay ainsi qu'un outil d'événement permettant aux clients d'échanger ou d'acheter des billets pour des événements exclusifs organisés par l'entreprise.

Entre-temps, Hudson Bay a choisi d'ajouter des services de géolocalisation avec un certain nombre de beacons en magasin pour offrir des services supplémentaires à ses clients (conseils en magasin et offres basées sur la localisation) mais également de soutenir les vendeurs en fournissant des données clients supplémentaires. Par conséquent, un projet a été lancé en parallèle avec des intégrations supplémentaires avec un certain nombre de systèmes internes et solutions tierces. Ces intégrations ont permis la livraison de des fonctionnalités supplémentaires telles qu'un outil événementiel pour la prise de rendez-vous avec des vendeurs ou pour des ateliers beauté directement en magasin, un outil de chat en direct pour la communication avec les clients. Tout cela a été réalisé dans les mêmes délais. Une fois le projet implémenté, Comarch a commencé à fournir à Hudson Bay un soutien technique et une maintenance en continu. L'ensemble des données et solutions est hébergé dans le datacenter Comarch de Dresdes, en Allemagne.

Pendant toute la durée du projet, des consultants en stratégie Comarch ont soutenu les équipes de Hudson Bay pour les aider à tirer le meilleur parti des nouvelles technologies mais également pour définir une architecture informatique optimale pour l'enseigne.



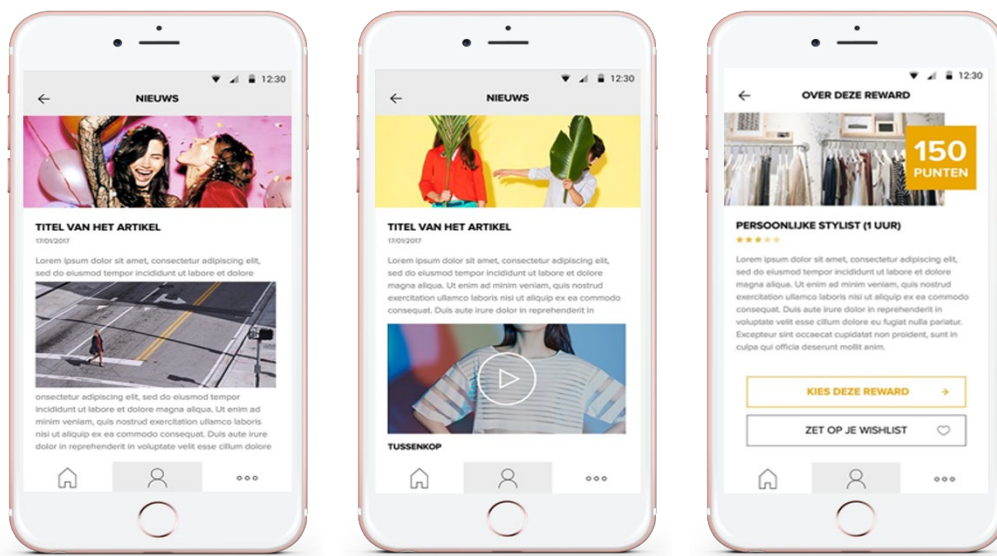
## AVANTAGES POUR LE CLIENT

Le projet Comarch CLM offre à Hudson Bay divers avantages grâce aux connaissances et bonnes pratiques des experts Comarch:

- Solution Comarch Loyalty Management, parfaitement intégrée à l'infrastructure informatique Hudson Bay
- Une application web intuitive pour gérer les règles de gestion de la fidélité
- Une connaissance approfondie des préférences clients
- Une application mobile disponible sur Android & iOS
- Un canal de communication direct basé sur les interactions entre la marque, le propriétaire du magasin, les vendeurs et clients (offres de fidélité personnalisées)
- La technologie Beacon pour un ciblage basée sur la géolocalisation
- Le conseil en gestion de la fidélité et une stratégie personnalisée par des experts Comarch
- Une application en magasin pour les vendeurs
- Un outil de chat pour une communication directe avec les clients
- Un calendrier d'événements intégré

## RETOURS CLIENTS & RÉSULTATS BUSINESS

Comarch a prouvé qu'il était un fournisseur de solutions IT de confiance, fiable et ouvert aux changements, délivrant dans les délais impartis, avec la qualité attendue. Nous avons demandé ce que Comarch avait apporté à ce projet challengeant pour assurer son succès, et la réponse a été : l'innovation, le conseil et l'expérience dans le secteur retail et la fidélité. Bien qu'opérationnel depuis quelques mois seulement, le programme contient déjà une large base de données, et le nombre de téléchargements d'applications mobiles ne cesse de croître. Comarch et Hudson Bay ont déjà un certain nombre d'idées novatrices pour améliorer le projet.



## A PROPOS D'HUDSON BAY

Créée en 1670, Hudson Bay est une des plus anciennes entreprises d'Amérique du Nord. L'enseigne compte aujourd'hui 90 points de vente ainsi qu'un site e-commerce thebay.com. Pour poursuivre son développement, Hudson Bay a fait le choix de l'international en 2017, dans un premier temps avec 10 magasins aux Pays-Bas ainsi que le site e-commerce hudsonbay.nl. Hudson Bay s'est forgée une solide réputation centrée sur la qualité, le service et la proximité, portée par un style unique en proposant notamment une offre de mode exclusive et populaire, dans des univers beauté et maison, en association avec des concepteurs et marques d'accessoires exclusifs.

## A PROPOS DE COMARCH

Comarch a plus de 20 ans d'expérience dans la conception, l'implémentation et l'intégration de solutions IT. Nous offrons aux grandes entreprises et groupes une gamme complète de solutions et de services et les accompagnons dans la construction et la gestion de programmes de fidélité. Nous créons pour eux des expériences consommateurs riches de sens et des interactions personnalisées à travers de multiples points de contact, notamment en automatisant les processus marketing même les plus complexes avec pour finalité d'augmenter les profits. Comarch possède une expérience significative dans de nombreux secteurs, acquise grâce à une collaboration forte avec plus de 80 clients. Nous travaillons aujourd'hui avec des entreprises telles que JetBlue Airways, Heathrow Airport ou encore BP.