



COMARCH LOYALTY MANAGEMENT SAQ INSPIRE

SAQ

La SAQ est une société d'État dont le mandat est de faire le commerce des boissons alcooliques en offrant une grande variété de produits de qualité.



ENJEUX

Bien qu'étant en monopole sur le marché, et ayant déjà des clients «loyaux», la SAQ a décidé de mettre en œuvre un programme de relation client de pointe afin que toutes relations et toutes interactions uniques avec eux soient beaucoup plus personnalisées et significatives. Il est tellement plus facile d'améliorer et d'optimiser les opérations commerciales lorsque vous connaissez votre Client parfaitement. L'un des principaux objectifs de la solution était d'être en mesure de recueillir et d'analyser toutes les données en temps réel, et de fournir une rétroaction instantanée à la fois aux clients et à l'équipe Marketing de la SAQ. Le deuxième objectif était de segmenter correctement les clients et appliquer des stratégies marketing correctes aux groupes sélectionnés. Enfin l'augmentation de l'attractivité de l'offre promotionnelle, une meilleure gestion de l'efficacité du marketing et un engagement plus élevé des clients étaient les éléments clés nécessaires attendus du système.

LE PROGRAMME INSPIRE

Inspire est un programme de reconnaissance clients et bien sûr de récompenses. SAQ désirait connaître mieux ses clients et surtout créer une relation spéciale avec eux. Le programme repose sur les principes suivants:

J'aime – Surtout, prendre soin de ses clients. La partie «découverte» permet aux membres d'obtenir des informations et des conseils personnalisés selon leurs préférences. Jean Vincent Lacroix - directeur des relations publiques à la SAQ, donnait l'exemple suivant: si un client aime le vin italien, le programme le comprendra et proposera des offres spéciales lors de la prochaine visite ou même quelques événements spéciaux autour du vin italien

Je découvre – Les meilleurs clients se voient offrir de participer à des dégustations, des ateliers et événements spéciaux, spécifiquement choisis en fonction de leurs préférences et goûts. Etre un membre loyal est un réel avantage

Je profite – Acheter chez la SAQ se doit d'être enrichissant. Pour tout achat, les membres accumulent des points qui mènent à des réductions, des offres spéciales et d'autres avantages non monétaires

Dans une vue d'ensemble, le programme connaît les comportements des clients dans tous les points de vente et sera en mesure d'adapter les heures d'ouverture, les produits et les prix. En sus de l'analyse des données et la connaissance des préférences de leurs clients, Inspire et la SAQ créent aussi des promotions spéciales et des événements comme des ateliers, loteries ou concours pour les membres avec des prix spéciaux (toujours selon leurs goûts) pour les récompenser: points, soirées dégustations, voyages, etc ...

SOLUTION

Comarch a décidé d'implémenter son produit phare **Comarch Loyalty Management System (CLM)**, une solution informatique de pointe qui supporte les grandes entreprises du monde entier dans la gestion et l'exploitation de leurs **programmes de relation client** dans plusieurs modèles. Comarch Loyalty Management offre tous les outils nécessaires pour construire un programme réussi pour les particuliers et les entreprises. Pour maintenir un niveau élevé de satisfaction de la clientèle, les participants au programme peuvent facilement être engagés à travers des **offres personnalisées** et des actions promotionnelles : loteries, enchères, coupons ou avantages pour les meilleurs clients. La gestion des programmes de relation client est plus facile grâce à des outils et des fonctionnalités innovantes tels que: l'aperçu complet des clients, gestion flexible des devises, **définition illimitée** des offres et des règles, une interaction client **omni canal**, **gestion des récompenses** et des échanges, self service pour les membres, gestion des partenaires et **analyses et reporting** avancés.

Modules implémentés



Business Administration – Application web pour les équipes marketing et les gestionnaires de programme qui permet de définir tous les paramètres (gain de points, utilisation des points, la communication, les structures de compte, la segmentation, etc.)



Contact Center – Application pour les représentants du service client en support de tous les problèmes possibles que les clients peuvent avoir lors des interactions avec le programme de relation client Inspire



Intégration avec le site e-commerce et l'application mobile afin que les clients puissent vérifier tous les détails de leur participation au programme (solde, historique des transactions, récompenses, offres spéciales et coupons) en ligne et sur les téléphones mobiles.

RÉSULTATS



2 récompenses
 Promo! Awards 2016
 Meilleur design
 Meilleur démarrage

412

points
 de
 ventes
 participants



64%

membres actifs
 3 mois après lancement



13 milliards
 de points
 échangés

13 000



promotions
 offertes

1,8 M
 membres inscrits
 depuis lancement



«Batnae municipium in Anthemusia conditum Macedonum manu priscorum ab Euphratre, prope Septembris initium mensis ad nundinas magna promiscuae fortunae convenit multitudo ad commercanda quae Indi mittunt et Seres aliaque plurima vehi terra marique consueta..

XXXXX,

Responsable programme Inspire SAQ.

NOS CLIENTS



Mercedes-Benz Bank



A PROPOS DE COMARCH

Comarch a plus de vingt ans d'expérience dans la conception, la mise en œuvre et l'intégration de solutions à la pointe de l'informatique. L'aspect le plus important offert aux plus grandes entreprises est une suite complète de solutions informatiques et de services professionnels: pour construire et gérer des programmes de fidélisation, créer des expériences clients riches et des interactions personnalisées via de multiples points de contact, d'automatiser les processus de commercialisation et, enfin, booster les profits. Notre logiciel prend en charge l'ensemble de la chaîne de valeur de fidélité. Comarch possède une expérience multi-industrie, acquise par le travail avec plus de quatre-vingt clients, y compris des sociétés de produits de grande consommation, des télécoms, des institutions financières, des compagnies de voyage et d'autres, comme JetBlue Airways, l'aéroport d'Heathrow et BP. L'offre comprend également des analyses de données et des systèmes d'interactions clients innovantes basées sur la gamification, qui augmentent les bénéfices et renforcent les relations entre les clients, les partenaires et la marque.