

COMARCH CRM&MARKETING



**IMPLÉMENTATION DE COMARCH
LOYALTY MANAGEMENT
POUR BP GLOBAL**



BP GLOBAL

BP p.l.c. est un des principaux groupes pétrochimiques internationaux, fournissant à ses clients du pétrole pour le transport, de l'énergie pour le chauffage et l'éclairage, des services de vente au détail et des produits pétrochimiques pour l'usage quotidien. Le groupe BP est présent sur 6 continents et ses produits et services sont disponibles dans plus de 70 pays. BP emploie 79 700 employés (31 déc. 2010). Le groupe gère 17 raffineries (en propriété totale ou partielle) et possède 17 200 stations-service à travers le monde. La société possède 5 marques clés : BP, ARAL, Castrol, ampm et Wild Bean Café. Le siège international du groupe BP se trouve à Londres.



ENJEUX COMMERCIAUX

L'industrie du carburant est l'un des marchés les plus compétitifs. BP a été l'un des premiers à vouloir exécuter un programme de fidélisation à une telle échelle, et après un processus d'appel d'offres d'un an Comarch a été choisi comme fournisseur IT (parmi 20 autres fournisseurs). Le but principal était très simple - une seule plateforme informatique globale pour tous les pays. La coopération de Comarch avec BP a commencé en 2002, lorsqu'un accord a été signé pour fournir à BP Pologne une solution de fidélisation. Suite à la réussite de ce projet, en 2005, Comarch a signé un accord global avec BP et, a ensuite mis en œuvre la solution Comarch Loyalty Management (CLM) en Allemagne, en France, en Espagne, au Portugal, au Royaume-Uni, en Autriche et aux Pays-Bas.



LE PRINCIPAL OBJECTIF DU SYSTÈME CLM DÉVELOPPÉ PAR COMARCH POUR BP GLOBAL EST D'ACCROÎTRE L'ATTRACTIVITÉ DE L'OFFRE DESTINÉE AUX CLIENTS DE BP, DE RENFORCER LA FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE, ET DE :



Garder la base de clients actuelle



Gagner de nouveaux clients et par conséquent d'augmenter les ventes



Augmenter les ventes des clients actuels



Augmenter les parts de marché de la société grâce aux actions marketing



Augmenter les ventes de produits non pétroliers



Augmenter le prestige de l'entreprise en créant des relations individuelles avec les clients



Réduire les coûts marketing

PRINCIPES DU PROGRAMME

Le système Comarch Loyalty Management est une combinaison avancée d'applications business, permettant à BP de construire une large gamme de programmes de fidélisation complets et uniques. La solution supporte la gestion des programmes de BP, qui opèrent dans différents modèles: multi-partenaire et autonome. Le système est intégré à l'un des plus importants programmes de fidélisation multi-partenaires connu sous le nom de «Payback», qui est présent en Pologne et en Allemagne et «Nectar» au Royaume-Uni. Le système Comarch s'interface avec les systèmes primaires permettant aux clients d'échanger librement des points, après leur conversion, contre les récompenses disponibles dans le catalogue Payback et Nectar. L'identification du client dans les programmes est basée sur les cartes magnétiques du programme de fidélisation

ainsi que des cartes co-brandées et des porte-clés. Les points de fidélité sont délivrés sur le compte de l'utilisateur en fonction de la quantité de carburant acheté et de la valeur des produits et services offerts par BP ainsi que des événements spécifiques tels que: l'anniversaire d'un client, un niveau de dépenses défini, fréquence des visites et bien d'autres. Les membres du programme peuvent échanger des points collectés pour un large éventail de récompenses qui sont disponibles dans le catalogue, ou ils peuvent échanger leurs points contre des bons ou remises. Le rachat de points pour récompenses est possible dans les stations-service, via SMS, un site dédié B2C ou via le centre d'appel. Toutes les informations nécessaires concernant les points acquis dans une transaction sont imprimées sur un reçu accompagné du solde du compte.

AVANTAGES

L'implémentation du concept suivant a aidé BP à créer un avantage concurrentiel sur le marché du carburant et à devenir l'un des programmes de fidélisation les plus reconnaissables pour ses clients. Les principaux avantages que BP Global a obtenus grâce à la coopération avec Comarch sont les suivants:

- La migration d'un système hors ligne vers un système en ligne (aucune réplique de base de données client n'est effectuée, aucun besoin d'arrêt du système), informations détaillées sur les transactions (compte, carte, membre)
- Migration de cartes en ligne à partir de solutions anciennes,
- Panier de communication, les points à réserver, la date, chaque achat d'article,
- Moteur de rapport - nouvelle philosophie basée sur les modèles et générateur de rapports,
- Moteur de promotions sophistiqué - pas de limites aux idées marketing
- Système standard et facile à changer en autonome ou en coalition,
- Messages marketing et coupons ciblés, personnalisés et en temps-réel
- Nouvelles fonctionnalités spéciales pour BP:
 - Loteries de cadeaux
 - Coupons „IOwe yoU” (délivrés si le client n'a pas sa carte de fidélité)
 - Gestion de l'application sur site
 - Mini système de gestion de contenu (CMS),
 - Gains instantanés
- Workflow de définition de promotions raccourci
- Des offres ciblées basées sur des segments clients liés à l'historique des transactions,

La gestion efficace de la base de données client, le temps de mise en œuvre court et la simplicité de service sont tous des avantages essentiels du système. L'application d'un modèle externalisé permet une diminution des coûts opérationnels et a un impact important sur le retour sur investissement des solutions mises en œuvre. De l'autre côté, les multiples idées créées par BP et une coopération fructueuse contribuent au développement continu et dynamique de la plateforme Comarch Loyalty Management.

LA SOLUTION

Le système fourni par Comarch répond à tous les besoins et exigences de BP. Comarch a livré une gamme différente de fonctionnalités pour chaque pays BP tout en maintenant les normes, les exigences et les aspects juridiques du marché local dans le même temps. En outre, chaque pays a mis en place un programme de fidélisation unique avec des modèles de fonctionnement individuels et des programmes de fidélité distincts créant des promotions indépendantes, des règles de rachat et des messages marketing. Les modules du système mis en œuvre chez BP comprenaient: Business administration, le centre de contact, un module logistique, une application Business to Business et application On-site (développé spécifiquement pour le projet BP).

IMPLÉMENTATION

Un aspect particulier du projet pour BP est qu'il fonctionne sur une plateforme informatique unique servant tous leurs programmes européens. Le système est hébergé dans le data center Comarch situé au siège de Cracovie. BP utilise également les services de DRC fournis par le deuxième data center à Varsovie. Comarch a non seulement fourni une solution logicielle mais aussi un large éventail de services professionnels: conseil, développement, personnalisation, maintenance, gestion de compte et services de création promotionnelle. Comarch a procédé à l'intégration avec le système de caisse, les systèmes de fidélisation tiers, le CRM, les systèmes d'ERP, l'outil analytique externe, la passerelle de SMS, le serveur de courrier électronique et emailing. Un élément important de l'ensemble du projet était également la migration des données entre les systèmes précédents et ceux nouvellement mis en œuvre. Toutes les implémentations mentionnées ci-dessus fonctionnent entièrement en ligne.



Nous avons construit une relation de confiance avec Comarch et je suis heureux de voir toutes les succursales locales BP satisfaits de cette relation. Le travail que nous avons accompli ensemble a pleinement satisfait nos attentes et, par là j'entends au niveau mondial et local. Les spécialistes de Comarch ont une vaste expérience et sont toujours pleins d'idées novatrices sur la façon de rendre le programme encore meilleur et plus attractif.

Olivier Martinet, Directeur Marketing chez BP Europe
en charge du développement du réseau B2C

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.