

## **Carlson Wagonlit Voyages s'appuie sur la plateforme NFC ADELYA pour sa stratégie de relation client et fidélisation**

Un programme de fidélisation en propre, une carte de fidélité NFC, 500 000 clients en base et une bonne dose de relationnel, d'interactivité et de mobilité.

**Toulouse, le 10 mars 2010** – La Start-up française ADELYA, spécialiste de la fidélisation fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC, annonce ce jour que Carlson Wagonlit Voyages, branche française « Loisirs et Tourisme » de CWT, leader mondial du voyages d'affaires, a lancé sa nouvelle carte de fidélité et son programme de marketing direct multi-canal avec la plateforme NFC ADELYA Loyalty Operator. Avec une clientèle de voyageurs de plus en plus volatile, Carlson Wagonlit Voyages voit en la fidélisation et la relation client de véritables leviers pour animer une communauté de voyageurs et sceller ainsi une relation client durable.

### **ADELYA au centre de la relation client de Carlson Wagonlit Voyages**

Retenue comme la solution SaaS de relation client et fidélisation de l'Enseigne, la plateforme ADELYA Loyalty Operator a été déployée à l'ensemble du réseau : 280 agences en France, les 8 sites eCommerce du réseau dont les filiales avec la Presse Régionale Quotidienne, et des sites en marque blanche tels que le site voyages d'Aéroports de Paris. Ainsi, la plateforme ADELYA permet d'animer en temps réel une communauté de plus de 500 000 clients. Dès mi 2010, la plateforme ADELYA sera proposée aux franchisés du groupe.

### **Le consommateur attend beaucoup plus que de la promotion**

Sur le marché compétitif du Loisirs et du Tourisme, il est fondamental de connaître, cibler et dialoguer avec sa clientèle. Carlson Wagonlit Voyages souhaitait doter ses 280 agences d'un outil simple et rapide pour animer sa communauté de voyageurs tout en construisant une base clients fiables, à jour et riche. Intégrée avec le système ERP Gestours et proposant un datamart marketing, la plateforme Loyalty Operator permet à Carlson Wagonlit Voyages de gérer plus de 500 000 clients on line, de lancer en temps réel tout type de campagnes marketing direct, d'offrir un programme de fidélisation avantageux, de mesurer les retours et de réaliser une analyse fine des comportements d'achats des consommateurs.

*« Notre ancien programme de fidélisation était multimarques et basé sur du pur transactionnel. »* explique Julien Manceau, Responsable Fidélisation Client de Carlson Wagonlit Voyages *« Aujourd'hui, le relationnel est très important, le consommateur attend beaucoup plus que de la simple promotion. La plateforme ADELYA nous permet de construire un véritable plan d'animation, d'interagir avec nos clients mais aussi d'analyser profils clients et comportements d'achat. C'est un précieux outil pour définir nos axes de vente et mieux satisfaire nos clients. »*

*« Afin de répondre aux besoins d'analyses et de reporting de Carlson Wagonlit Voyages, nous avons créé un nouveau module de datamart marketing intégrant l'outil de Business Intelligence open source, Penthao. Ainsi, la Plateforme ADELYA communique à la fois avec l'ERP Gestour et l'outil de tracking web XITI procurant toutes les données nécessaires pour l'analyse comportementale multi-dimensionnelle. »* explique Mathieu Véron, Directeur R&D d'ADELYA.

### **ADELYA Loyalty Operator : Outil de conquête...**

La plateforme ADELYA Loyalty Operator permet à Carlson Wagonlit Voyages d'avoir une véritable stratégie de conquête et de fidélisation client avec une communication forte vers ses clients.

Chaque mois, c'est plus d'un million d'emails opt-in qui sont touchés. En effet, chaque semaine, Carlson Wagonlit Voyages envoie une newsletter à plus de 200 000 emails opt-in, informant ses clients des bons plans, promotions ou offres exclusives. Les clients fidélisés

reçoivent les informations en avant-première ou des offres personnalisées. Les campagnes d'envergure et opérations spéciales telles « Les Incroyables » sont relayées via sms.

Au-delà de la newsletter hebdomadaire, Carlson Wagonlit Voyages utilise la plateforme ADELYA pour organiser diverses opérations co-marquées : jeux concours, parrainage, questionnaires de satisfaction en ligne, cartes cadeaux.. Par exemple, le jeu concours en partenariat avec les salons de coiffure Jean-Claude Biguine a permis de recueillir près de 35 000 emails opt-in en trois semaines.

La plateforme ADELYA propose pour toutes les opérations des fonctions de « bookmarking social » permettant aux organisateurs mais aussi aux participants de partager l'information avec son réseau social.

### **... et de fidélisation client : simple, efficace, novateur**

Carlson Wagonlit Voyages s'appuie sur la plateforme ADELYA pour son nouveau programme de fidélisation : simple et attractif, basé sur des points, il propose une mécanique de récompenses à niveaux avec une carte « Découvertes » et une « VIP ». Un programme néanmoins ludique et novateur : un espace « Fidélité » est disponible sur le site web du voyageur. Les porteurs de carte peuvent ainsi consulter en temps réel leurs points et les cadeaux disponibles. Carlson Wagonlit Voyages se prépare à la dématérialisation de la carte de fidélité et sera prêt pour porter son programme de fidélisation sur les nouveaux portables NFC.

Carlson Wagonlit Voyages envisage d'aller plus loin dans la fidélisation client. Le réseau pense déjà à mettre en place des opérations de « side-selling », permettant de proposer à sa communauté de voyageurs des produits et services connexes (bagages, guide voyages, etc...) et vice versa. Une nouvelle source de satisfaction client, de conquête et de revenus.

*« Le cœur de notre programme de fidélisation est bien entendu la reconnaissance du client. »* explique Franck Demortière, Directeur Commercial & Développement de Carlson Wagonlit Voyages *« Ainsi, il nous semblait critique de se doter de la bonne technologie pour pouvoir offrir à nos voyageurs des canaux de communication digitaux, tels le web mais aussi le téléphone mobile, une reconnaissance clients temps réel, des récompenses par niveaux, une analyse fine des comportements d'achats... La plateforme de fidélisation NFC conçue par ADELYA a répondu à l'ensemble de ces attentes. Sa disponibilité à la demande, en mode locatif et son expertise en mobilité ont aussi compté dans notre processus de sélection. »*

*« Nous sommes ravis de cette nouvelle collaboration avec Carlson Wagonlit Voyages. »* cite Jean-François Novak, président d'ADELYA *« La dématérialisation de la carte de fidélité et le succès du digital dans les programmes de fidélisation ne font aucune doute. Le web, l'emailing, le sms et les réseaux sociaux permettent déjà aux Enseignes de maximiser leur programme avec une interaction client choisie, temps réel, à moindre coût. Lorsque le mobile prendra le relais de la carte de fidélité, ce sera une vraie révolution. »*

### **À propos de Carlson Wagonlit Voyages**

Carlson Wagonlit Voyages est une marque de Carlson Wagonlit Travel. A travers un réseau de 347 agences en France, Carlson Wagonlit Voyages distribue des voyages aux particuliers et aux PME-PMI. Le réseau s'appuie sur la puissance de négociation d'un réseau mondial. Carlson Wagonlit Voyages est un distributeur de voyages servi par un réseau de proximité comptant plus de 1000 collaborateurs à l'écoute des clients.

Carlson Wagonlit Travel (CWT) est un leader mondial spécialisé dans la gestion des voyages d'affaires. Présent dans plus de 150 pays, CWT sert les entreprises de toutes tailles ainsi que les administrations et les organisations non gouvernementales.

En savoir plus : <http://www.carlsonwagonlit.fr/fr/countries/fr/index.html>

## **A propos d'ADELYA**

Société innovante créée en 2005 par des pionniers du CRM, ADELYA propose aux Enseignes une plateforme web de Fidélisation et de Relation Client fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC. Véritable opérateur de fidélisation, ADELYA aide les Enseignes et leurs points de vente à instaurer une relation client plus libre, plus participative et plus interactive.

Disponible en locatif (SaaS) et multi-canal, la plateforme Loyalty Operator propose des services marketing innovants et interactifs: carte de fidélité, campagnes marketing, couponing, cartes cadeaux, promotions, statistiques et analyses. Elle permet de toucher le consommateur sur son lieu d'achat favori (Point De Vente, vente en mobilité, eCommerce) en utilisant son canal de communication privilégié : sms, emailing, courrier, téléphone mobile, réseaux sociaux.

Plus de 700 points de vente utilisent quotidiennement la plateforme en ligne ADELYA pour leurs programmes de fidélisation. Parmi eux : Aéroport de Lyon, bars&co, Body One, Carlson WagonLit Voyages, Marco Serussi, Optical Discount, Tape à l'œil... [www.adelya.com](http://www.adelya.com)