

XIAOMI, FRANPRIX...
DÉCRYPTAGE DE STRATÉGIES

EGALIM
LA FIN DES PROMOS ?

AFFICHAGE DIGITAL
PLACE AU DOOH !

emarketing.fr

marketing



CONFIANCE

Authenticité, transparence...
Êtes-vous prêts à faire le grand saut ?

N°216 JUIN 2019

M 02175 - 216 - F: 8,50 € - RD



Cas marketing #2

COMMENT (RE)CONNECTER SES CLIENTS ?

C'est **bibi!** qui s'occupe de tout

Par son nouveau programme de fidélité 100% digital et personnalisé, Franprix œuvre à réinventer la relation client. **THOMAS LOISEL**

Ces derniers mois, plusieurs marques ont lancé ou renouvelé leur programme de fidélité, sésame incontournable pour consolider une proximité forte avec leurs clients. Après Biocoop, Picard & Moi, Etam Connect, voici désormais Bibi!, dernier volet d'une stratégie offensive de Franprix opérée depuis 2015. Alors en perte de vitesse, Franprix avait fait le choix d'affiner son ambition de proximité avec un nouveau concept de magasins "Mandarine", et ce par le biais, notamment, d'une offre et de services élargis. En 2017, l'enseigne du Groupe Casino a poussé sa stratégie encore plus loin avec "Mandarine vitaminée" afin de renouer, entre autres, avec sa vocation d'épicier. Tandis que cette méthode de transformation des points de vente en lieux de vie est déployée désormais sur 90% du réseau (800 magasins en banlieue et 350 dans la capitale), l'enseigne urbaine a voulu placer le curseur sur l'optimisation de sa relation client. « Proposer une sélection de produits et de promotions la plus adaptée à chaque personne à un moment donné, mais aussi sur le canal le plus pertinent pour chaque client, était devenu une nécessité », souligne François-Xavier Germain, directeur de l'offre, du marketing et de la communication chez Franprix.

L'IA au service de la personnalisation

Avec cette application digitale disruptive, dépoussiérant la plupart des programmes de fidélité existants, l'enseigne parisienne a désormais un programme qui sied parfaitement à

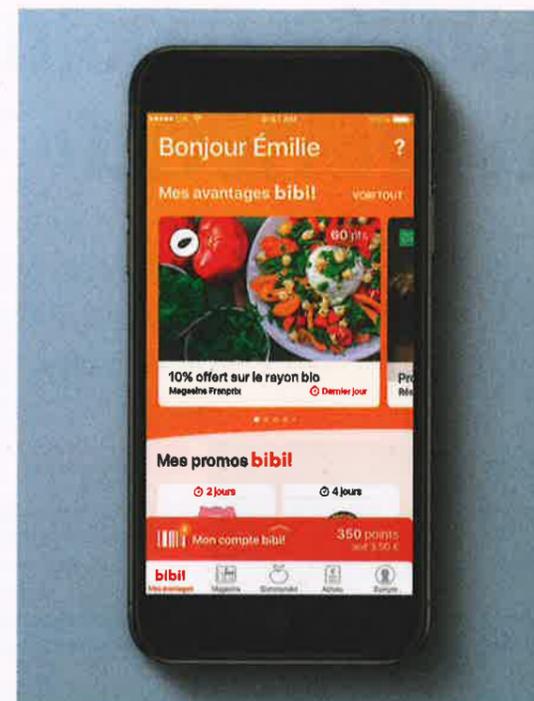
ses attentes. « Depuis cinq ans, nous étions sur un programme de fidélité classique, qui reposait sur des mécanismes simples de grande distribution, à savoir uniquement transactionnels. En faisant évoluer la relation bien au-delà de l'aspect transactionnel grâce, notamment, à la refonte de magasins, il était essentiel de dire merci à nos clients », poursuit François-Xavier Germain. Bibi! a ainsi vu le jour le 20 mars dernier dans l'écosystème de Franprix, au prix d'une consultation interne pour « répondre à tous types de leviers, détaille François-Xavier Germain, à savoir récompenser les clients qui achètent les produits bio ou les produits de nos filières et ceux qui sont tous les jours dans nos magasins. Le passage en caisse n'est pas le seul argument de

Toutes les actions (la noter, consommer des produits responsables, etc.) sur l'appli sont récompensées.

fidélité. » En s'appuyant sur les historiques d'achat du client, en scrutant son comportement en ligne et en analysant le tout à l'aide du machine learning, Bibi! devient capable de fournir, en temps réel, des offres vraiment personnalisées. Franprix a travaillé avec les filiales du groupe HighCo pour la refonte de l'application mobile via ses quatre filiales: UserAdgents pour le développement de l'application, CapitalData pour cerner et comprendre l'impact des campagnes marketing on line sur le trafic en magasin, HighCo Box pour la gestion des promotions et, enfin, HighCo Shopper pour la coordination de la communication en vue du lancement du programme. En somme, c'est par un système de fonctionnement intelligent que Bibi! parvient à récompenser

toutes les interactions, qu'elles soient marchandes ou non: « L'application récompense chaque client en fonction de ses particularités », confirme François-Xavier Germain.

Pour chouchouter encore plus ses clients, Franprix a noué un partenariat avec 80 marques, issues de différents univers (culture, loisir, bien-être, beauté, sport, high-tech, mode, déco et famille) pour des réductions, mais également quelques cadeaux. À titre d'exemples, l'enseigne propose des places de cinéma gratuites – ou à prix réduit – dans les salles Pathé Gaumont, alors que 1 500 points cumulés peuvent donner droit à 40 € de remises pour les valises American Tourister. « Selon les comportements des clients, il va y avoir une multitude d'avantages personnalisés. Chacun est acteur de son cadeau. Ceux qui avaient l'ancienne carte doivent télécharger l'application pour retrouver leur solde », assure François-Xavier Germain. Pour tout téléchargement et installation de l'application Bibi! sur votre smartphone, Franprix vous offre une place de cinéma Pathé Gaumont gratuite et un bon d'achat de 5 €. Il est prévu, dans un deuxième temps, de récompenser les interactions des clients avec l'enseigne sur les réseaux sociaux. Le client choisit ensuite la manière dont il veut récupérer ses avantages: euros, bons de réduction ou la conversion en activités. « Le client cumule des points en



DÉCRYPTAGE
COMMENT (RE)CRÉER DU LIEN AVEC LES CONSOMMATEURS ?
En s'appuyant sur les historiques d'achat du client, en scrutant son comportement en ligne et en analysant le tout à l'aide du machine learning, Bibi! est capable de fournir, en temps réel, des offres personnalisées.

se rendant sur le site internet de l'enseigne même s'il n'y achète rien. À terme, Bibi! servira de moyen de paiement », renchérit-il.

Objectif: 3 millions d'encartés

Ce nouveau programme, en service depuis mars, s'est déjà traduit par une augmentation de 30% du nombre d'utilisateurs de l'application [NDLR: selon les derniers chiffres dévoilés par l'enseigne mi-mai], pour atteindre 1,3 million de clients possesseurs de Bibi!. « Nous avons environ 3 millions de personnes qui passent chaque semaine dans l'ensemble de nos réseaux, donc l'objectif le plus haut est d'avoir à terme 3 millions d'encartés », ambitionne François-Xavier Germain. Franprix vise, en effet, à devenir le réflexe permanent des Franciliens – dont le bassin concentre plus de 12 millions d'habitants – dès qu'il s'agit de faire une course. « En cinq à six passages, le programme de fidélité permet d'accéder à des premières récompenses, sert de point d'ancrage dans la relation avec le client que nous

souhaitons la plus ouverte possible. » À travers ce programme de fidélité, la marque encourage aussi la fibre écolo et sociétale de ses clients, en contribuant à réduire l'utilisation du plastique, si bien que ces derniers accumulent plus de points de fidélité que les autres: « Nous travaillons avec des experts et des start-up (notamment Siga pour améliorer et promouvoir la qualité des aliments), afin de simplifier les recettes en supprimant tous les additifs superflus et incompréhensibles, et en privilégiant des ingrédients et producteurs bio, français, voire locaux », affirme François-Xavier Germain. Un éclairage en corrélation avec les propos tenus par Jean-Paul Mochet, le directeur général de Franprix et auteur de l'ouvrage *Affinité* publié en mars dernier: « Ce qui séduit [...], c'est la cohérence globale d'une enseigne, ce sont les valeurs dont elle se réclame [...], ce qui implique une absolue sincérité et une grande homogénéité dans la stratégie générale de l'entreprise. » Avec Bibi!, Franprix chamboule les idées reçues de la grande distribution, confirmant ainsi son nouveau virage stratégique. **@THOMASLOISEL**

Chère Martin,

Franprix est heureux de vous faire profiter de **bibi!**
Le nouveau programme d'avantages connecté à vos envies.

+ innovant
+ généreux
+ personnalisé
+ pratique

Il a tout pour (vous) plaire.

Vous avez souhaité disposer d'une carte, bibi! se plie à votre mode de vie ! Et hop, glissez-la dans votre portefeuille pour faire le plein d'avantages à chaque passage en caisse. Vous pouvez aussi en profiter pour équiper toute la famille. + vous êtes nombreux + vous curiosez !

Pensez-y !
bibi! sur l'appli franprix, c'est encore plus fort en avantages !

- 2 cadeaux dès l'ouverture de votre compte
- Des promos en exclusivité sur l'appli franprix
- Votre catalogue de promos en ligne
- Votre solde d'euros gagnés en temps réel
- Plus de carte oubliée ou de coupons perdus

Accessible depuis votre smartphone, vous pouvez profiter de votre programme et de tous ses avantages où vous voulez, quand vous voulez.

bibi! vous suit partout !

- 1 Je télécharge l'appli franprix sur le store à jour sur mon mobile.
- 2 Je me connecte avec mes identifiants habituels, ou je crée un compte.
- 3 Je sélectionne les avantages, les cadeaux et les promos qui me plaisent.
- 4 J'en profite au magasin ou sur l'appli franprix en présentant ma carte virtuelle lors de mon passage en caisse.