



# PRÉSENTATION DE L'ACTION DE FIDÉLISATION

Jordane Combo TCOM



**Inter**  
**marché**

# Sommaire

## INTRODUCTION

- Présentation de l'entreprise
- Débuts et préparation de l'action

## ARGUMENTATION

- Description, méthode d'application et de mise en place
- KPI
- Rétroplanning
- Prévisions de résultats
- Difficultés rencontrées
- Points forts/faibles
- Résultats après action

## CONCLUSION

- Mon avis et celui des clients





## Présentation de l'entreprise

- Fondé en 1969 par Jean-Pierre Le Roch
- Membre du groupe Les Mousquetaires
- Slogan : "Tous unis contre la vie chère"
  
- Plus de 1 800 magasins en France
- Présence internationale en Europe
  
- Acteur majeur de la distribution alimentaire
- Innovation continue et engagement durable

**TOUS  
UNIS  
CONTRE  
LA VIE  
CHÈRE**

# Débuts et préparation de l'action

## 1ERE PFMP

- Présentation du projet et briefing aux collègues
- Validation du projet par l'équipe
- Création du Qr Code

## PÉRIODE D'ACTION




- Du 18 mars au 12 avril 2024

## PRÉPARATION

- Impression du Qr Code et création du canal WhatsApp



# Description de l'action et de la mise en place

Mise en place du Qr Code	Canal WhatsApp	Programme fidélité
 <ul style="list-style-type: none"><li>• Chaque caisse est équipée du Qr Code placardé sur la vitre séparant la caisse du client</li><li>• Les caissiers/ères proposent systématiquement le scan du Qr Code</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Questionnaire de satisfaction</b></li><li>• Suivre le nombre d'inscriptions, d'engagement et de publications</li><li>• Partage de contenu interactif</li><li>• Propose des avantages exclusifs</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>• Création de compte fidélité via lien dans le canal</li><li>• Newsletter et pub personnalisé pour chaque utilisateur possédant un compte</li></ul>



## KPI Financiers

- Chiffre d'affaires : 27 millions d'euros.
- Marge brute : 27%.
  - Calcul :  $27,000,000 * 0.27 = 7,290,000$  euros.
- Bénéfice net : 3% du chiffre d'affaires.
  - Calcul :  $27,000,000 * 0.03 = 810,000$  euros.
- ROI (Retour sur Investissement) : 12%.

## KPI de Vente

- Ventes comparables (like-for-like sales) : Croissance annuelle de 3%.
  - Chiffre d'affaires l'année précédente : 26,190,000 euros.
- Panier moyen : 30 euros par transaction.
- Fréquence des achats : 1.5 fois par semaine par client.
- Taux de conversion : 25%.

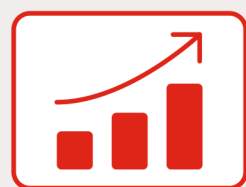
## KPI de Satisfaction Client

- Net Promoter Score (NPS) : 20.
- Taux de satisfaction client : 90%.
- Taux de réclamation : 1% des transactions.
- Temps d'attente en caisse : 4 minutes en moyenne.

# Rétroplanning

CALENDRIER	1ÈRE PFMP				2ÈME PFMP			
	Sem1	Sem2	Sem3	Sem4	Sem1	Sem2	Sem3	Sem4
Présentation et briefing								
Concrétisation de l'action								
Création du QR Code								
Mise en place du QR Code								
Période d'action								
Observation et résultats								

# Prévision de résultats



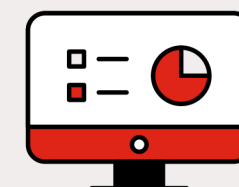
## NPS

Prévision  
d'augmentation du  
NPS du supermarché



## FIDÉLITÉ

Prévision d'une  
hausse de fidélité et  
de satisfaction des  
clients



## TAUX DE SCAN

Prévision d'un taux de scan  
croissant dans le temps



# Difficultés rencontrées



- Application
- Absence de Smartphone
- Problèmes de connectivité
- Intérêt du client

# Points Forts et Points Faibles

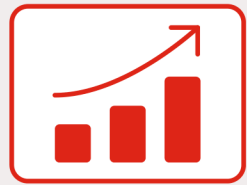
+

- Accessibilité
- Facilité d'Utilisation
- Personnalisation
- Suivi et Analyse
- Réduction des Coûts

-

- Barrières Technologiques
- Connexion Internet Nécessaire
- Surcharge de Messages
- Préoccupations clients concernant la confidentialité

# Résultats après action



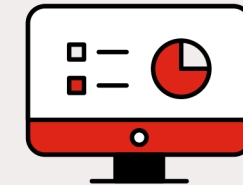
## NPS

Augmentation de 3 points  
NPS anciennement à 20 maintenant à 23



## FIDÉLITÉ

Hausse de 12% de nouveaux comptes fidélités crée grâce au Qr Code



## TAUX DE SCAN

5 scan enregistrés la première journée de mise en place  
32 scan enregistrés la dernière journée de la PFMP



# **Mon avis et celui des clients**

**Inter**  
**marché**

**MERCI !**

**TOUS  
UNIS  
CONTRE  
LA VIE  
CHÈRE**