

FL FINANCE - LA BOITE A PIZZA

UN DATA LAB AU SERVICE DE L'OPTIMISATION COMMERCIALE ET MARKETING



Objectifs :

- Améliorer les ventes
- Augmenter la fidélisation des clients
- Comprendre l'impact des campagnes de marketing direct et les affiner si nécessaire
- Effectuer des analyses de ventes et challenger le réseau



Solutions :

- Création d'un modèle de données
- Mise en place d'une procédure hebdomadaire de récupération et de traitement des données via la plateforme d'EURODECISION
- Réalisation de vues et de KPI, mis à disposition via la plateforme



Résultats :

- Analyse des ventes affinée
- Optimisation des actions commerciales et marketing à destination des clients
- Réduction des offres et meilleur ciblage
- Dynamisation du réseau

« Notre Data Lab nous permet désormais nous appuyer sur une gestion de la relation client intelligente et optimisée pour développer les best practices sur notre réseau ».

« Chaque semaine, nous sommes en mesure de savoir quelles ont été nos meilleures ventes, nos offres les plus efficaces et d'effectuer des comparaisons entre régions ou magasins. Désormais, toutes nos données sont centralisées sur une seule et unique plateforme. Cela répond à notre besoin d'analyse et nous offre un gain de temps considérable ».

Olivier Hinton, Chief Operations Officer Food Brands, FL Finance.

La société holding FL Finance, détentrice des franchises la Boîte à pizza, leader de la pizza gourmet en France, et Mythic Burger, qui propose sur le même principe des burgers cuits à la flamme, compte près de 115 points de vente partout en France. Avec 80% de ses ventes en couponing*, la société a pour objectif d'optimiser sa connaissance clients afin d'améliorer leur expérience mais également d'augmenter leur fidélisation.

* technique de fidélisation et de promotion des ventes basée sur l'utilisation de coupons de réduction ou de remboursement partiel papier ou dématérialisé.

Pour ce faire, FL Finance souhaitait centraliser l'accès de l'ensemble des données de vente de son réseau afin de pouvoir effectuer de façon automatique des analyses de données issues des caisses. Les objectifs : accroître son chiffre d'affaires et sa marge à travers une relation client quantifiée et mieux comprendre les effets de ses offres et campagnes marketing sur ses ventes afin de réorienter les actions si nécessaire. Pour ce faire, l'entreprise était à la recherche d'un partenaire capable de lui fournir des éléments d'analyse, d'anticipation et d'aide à la décision.

Après plusieurs appels d'offres infructueux, FL Finance a fait appel à EURODECISION sur les recommandations de l'un de ses partenaires. EURODECISION a proposé à FL Finance de l'accompagner dans la mise en place de son Data Lab orienté Business Analytics Clients, basé sur l'exploitation de la donnée « ticket de caisse ».

Après une première étude de faisabilité, EURODECISION a alors entamé la récupération des données de caisse hebdomadaire des différents points de vente du réseau auprès du prestataire dédié et travaillé en étroite collaboration avec FL Finance sur la nature des données à analyser et les vues recherchées. Les datas recueillies comprennent de précieuses informations : liste des produits achetés, prix, offre de couponing appliquée et client concerné... qui sont désormais traitées, filtrées et archivées sur la plateforme d'EURODECISION. Cette dernière est entièrement sécurisée, disponible en mode Saas et accessible 24h/24. Ainsi, des modèles de données imaginés par EURODECISION permettent désormais à FL Finance d'obtenir des vues et analyses selon trois typologies bien définies :

- La vue « client » : type d'achat, fréquence d'achat et classification du client en fonction des deux critères énoncés. Cette première analyse permet à FL Finance d'optimiser son CRM (Customer Relationship Management),
- La vue « offre » : l'analyse des offres promotionnelles permet de mesurer de l'impact et d'effectuer des recommandations aux franchisés sur les best practices à adopter,
- La vue « produit » : classement des ventes, répartition... la vue « produit » permet une analyse sur les différents produits et leurs volumes de vente.

En s'appuyant sur ces analyses, FL Finance entend affiner ses offres et mettre en place des actions de fidélisation et connaissance client ciblées. Forte de la réussite de ce premier projet, la holding ambitieuse également d'étendre la solution aux deux autres enseignes du groupe, *Lucien & la Cocotte* et *La Royale*. Les étapes suivantes du projet : intégrer des données complémentaires (météo du point de vente, événements locaux...) et développer l'analyse prédictive, notamment dans l'optique d'optimiser la gestion des stocks de ses franchisés et de faire évoluer sa politique de pricing...