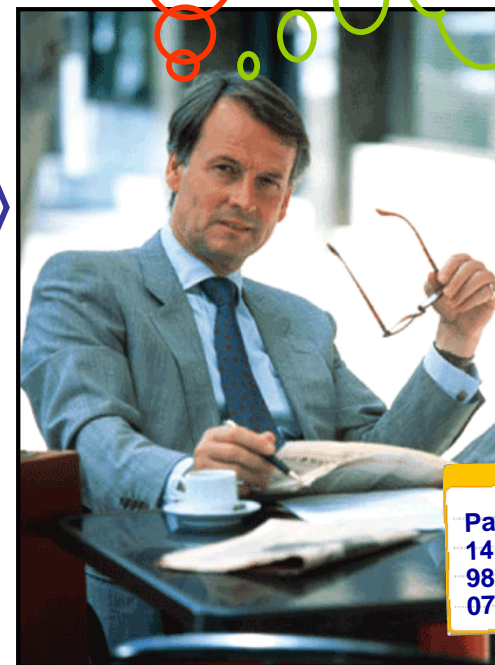
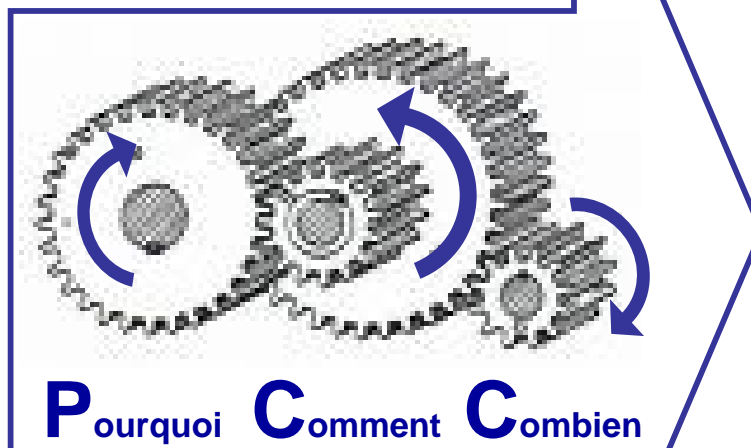
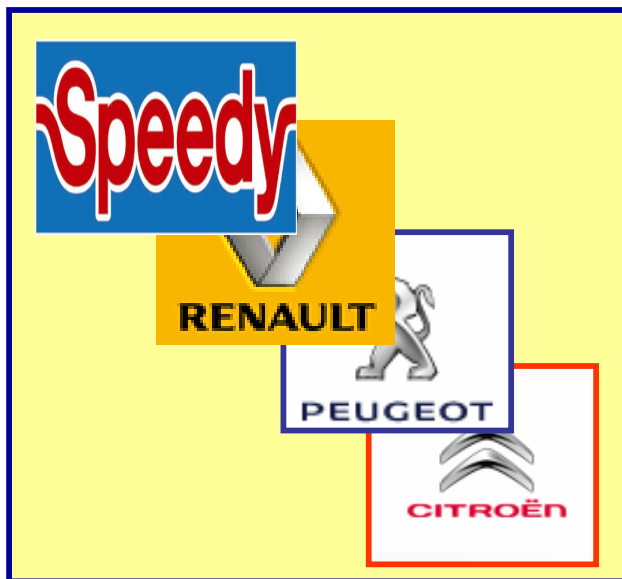
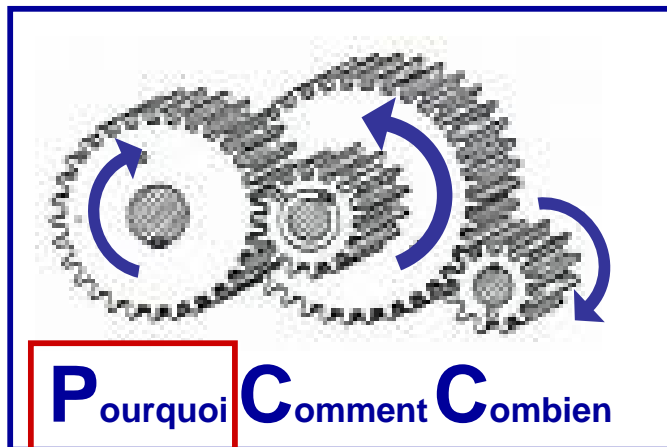
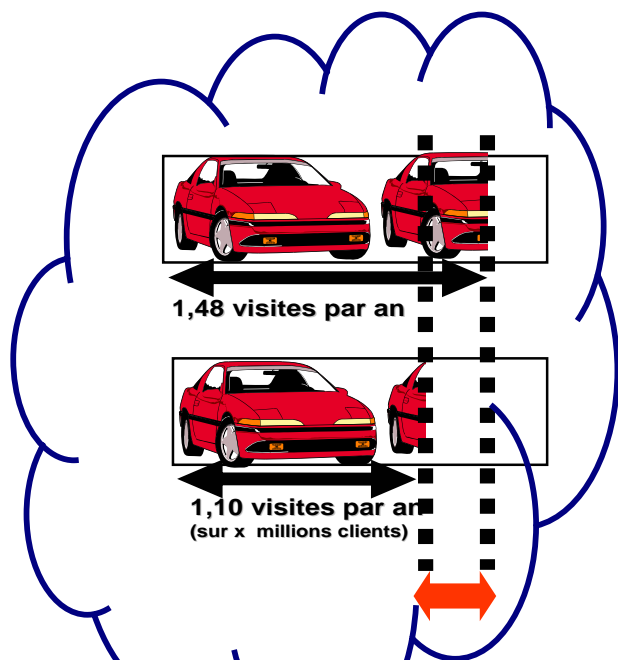


Résultats de campagnes de marketing relationnel « APV-auto »

par : *Patrice DELMAS*



Paul DURAND
14 rue des Fleurs
98002 LAVILLE
07.50.60.70.80



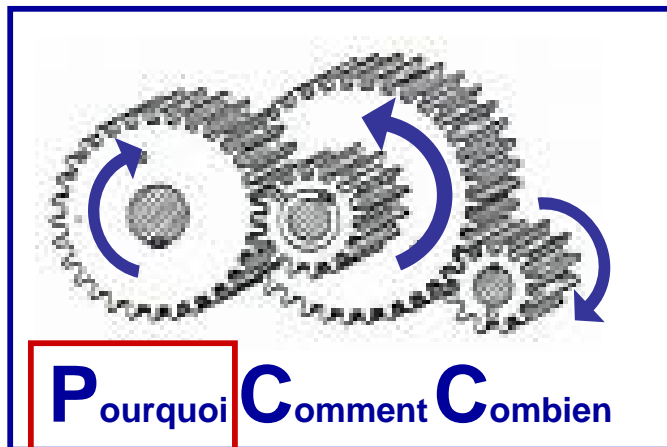
Cas 1 :

Concessionnaire (marque Française) – 2 sites – 150 OR/jour
37.500 OR/an sur 250 jours ouvrés
9,4 M€CA APV – panier moyen: 250 €OR APV

Résultat « datamining niveau 1 »

- 25.338 clients unique identifiés
- Taux de fidélité APV/client : 1,08
- Calcul Gain CA APV (si taux Fid=Moy) + 2,4 M€
- Simulation démarche de marketing relationnel:
 - + 8.100 OR/an
 - + 912 k€marge brute/an
 - + 735 k€marge nette/an





Cas 2 :

Agent (marque Française) – 2 sites – 36 OR/jour
10.400 OR/an sur 280 jours ouvrés
2,4 M€CA APV – panier moyen: 225 €OR APV

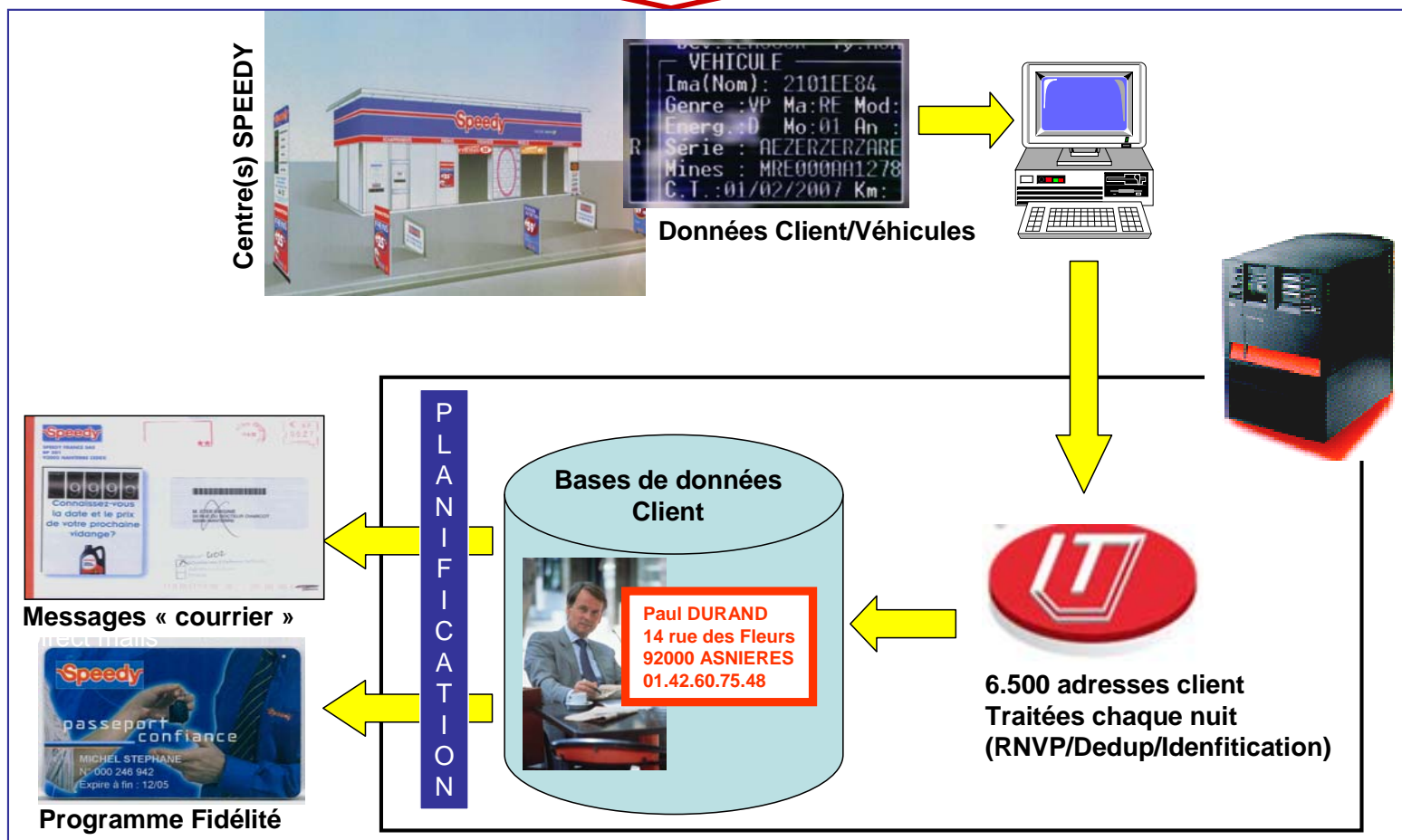
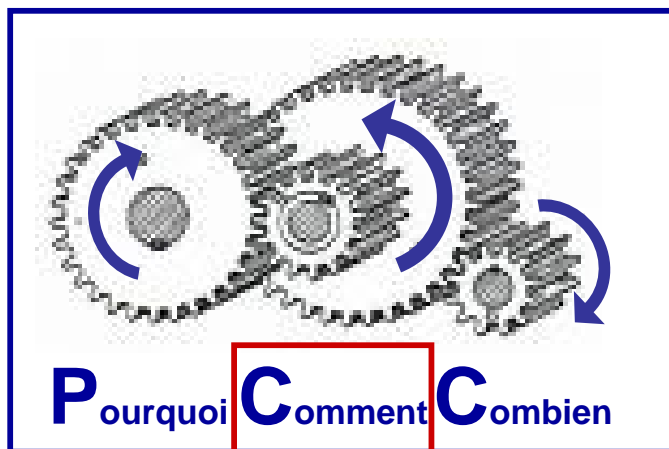
Résultat « datamining niveau 2 »

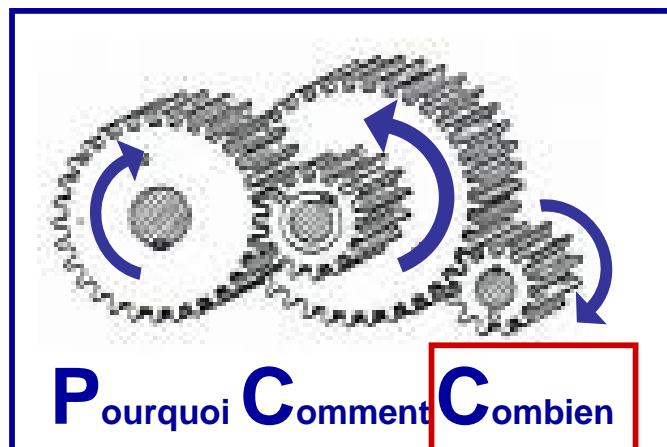
- 7.428 clients unique identifiés
- Taux de fidélité APV/client : 1,4
- Calcul Gain CA APV (selon niveaux d'analyse) :
 - + 410 k€/an selon ratio Fid « 6 »**
(+248 k€/an site 1 + 161 k€/an site 2)
 - + 937 k€/an selon ratio Fid « 8 »**
(+473 k€/an site 1 + 464 k€/an site 2)

...



Cas 3 : SPEEDY





RESULTATS :

Speedy



COURRIERS



FID



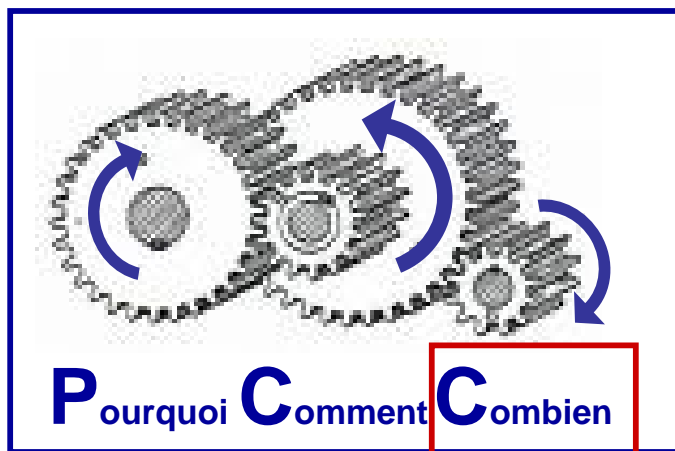
En 10 années :

- **>15** millions de plis
- **10,5%** taux moyen retour mesuré
(plus de 100.000 visites atelier générées)
- Valeur CA généré **>10% du CA 2005**
(plus de 20 millions d'€/an)

En 2 années :

- **120.000** adhésions payantes en 2 ans
- Amélioration du taux de fidélité mesuré :
1,38 -> 2,31 visites/an
(sur population des adhérents)
- CA généré : plus de 5 millions d'€ en 2005

Actions SPEEDY en « détail »



| N° | CAMPAGNE | DATE | Nbre | Retours | Taux | CA Net généré (€uros HT) | Panier Moyen HT |
|--------|------------------------------|------------|--------|---------|-------|--------------------------|-----------------|
| PCT127 | PRE-CONTROLE TECHNIQUE (V17) | 20/09/2005 | 36 647 | 6 999 | 19,10 | 947 564,53 | 135,39 |

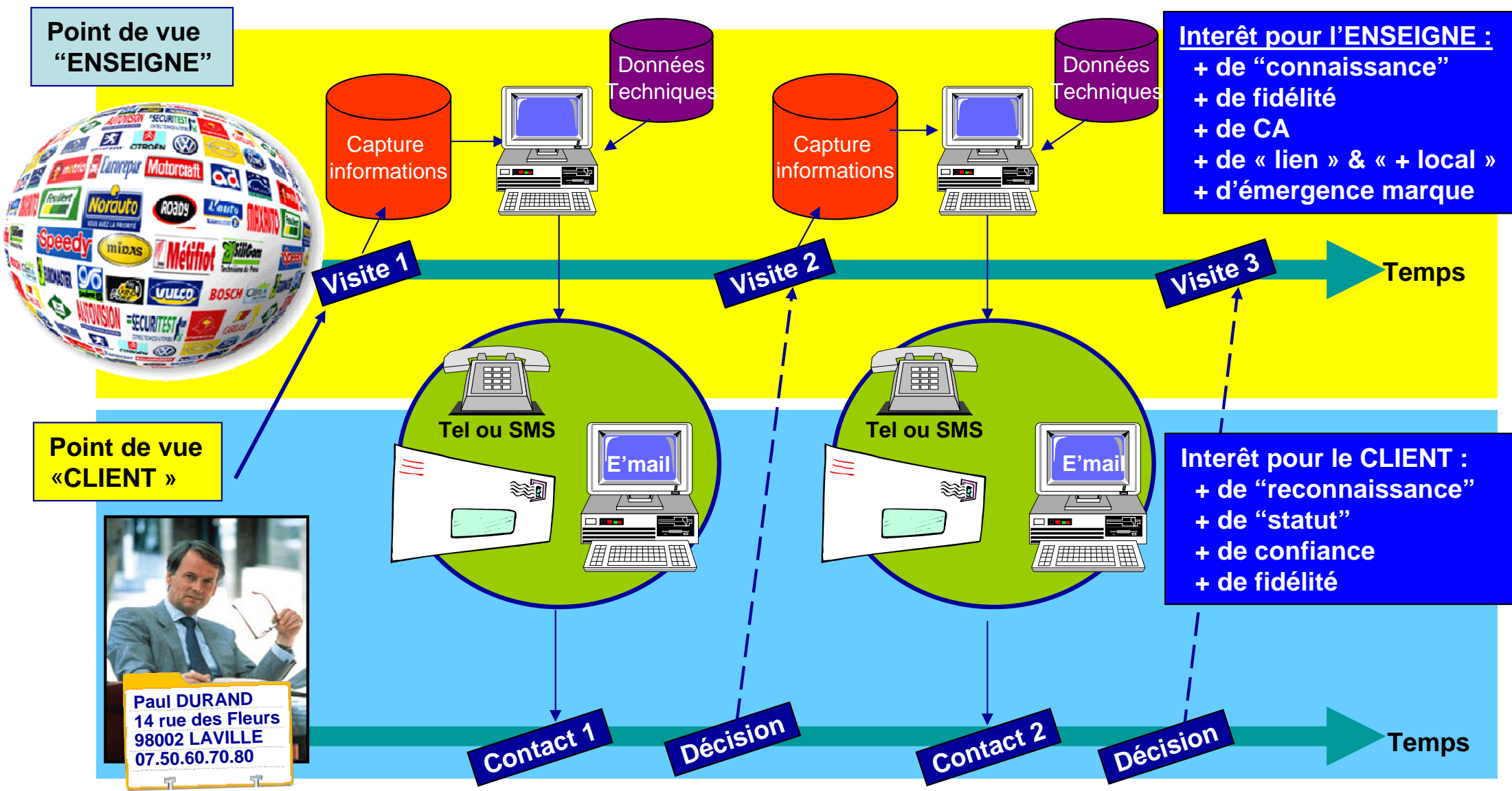


| N° | CAMPAGNE | DATE | Nbre | Retours | Taux | CA Net généré (€uros HT) | Panier Moyen HT |
|--------|--------------------------------|------------|---------|---------|------|--------------------------|-----------------|
| PCT137 | RELANCE VIDANGE ESSO "HIVER 2" | 15/03/2006 | 400 340 | 25 408 | 6,35 | 3 494 665,74 | 137,54 |



| N° | CAMPAGNE | DATE | Nbre | Retours | Taux | CA Net généré (€uros HT) | Panier Moyen HT |
|--------|------------------------|------------|--------|---------|-------|--------------------------|-----------------|
| PCT141 | RELANCE DEFANTS FREINS | 15/03/2006 | 11 768 | 1 790 | 15,21 | 251 546,95 | 140,53 |

Le RAISONNEMENT MARKETING qui explique les résultats !



CONCLUSION

L'innovation en marketing relationnel (APV/entretien auto) :
une formidable opportunité pour améliorer la compétitivité



Paul DURAND
14 rue des Fleurs
98002 LAVILLE
07.50.60.70.80

Interêt pour l'ENSEIGNE :

- + de "connaissance"
- + de « lien », de fidélité
- + de CA
- + d'émergence marque

Interêt pour le CLIENT :

- + de "reconnaissance"
- + de "statut"
- + de confiance
- + de fidélité