

# Etude de cas: FNAC

Améliorer la gestion  
de la relation client



## FNAC

Dans l'optique d'améliorer la gestion de son programme de fidélité auprès de ses clients et notamment de ses 1,8 millions d'adhérents, la Fnac, premier distributeur de biens culturels et technologiques en France, a lancé en novembre 2004 un projet CRM appelé « fidélité ». Ce projet est fondé sur l'adoption d'un système de Gestion de Relation Clients Siebel au coeur du système d'information de la Fnac.

**« La gestion de l'adresse postale a toujours été au coeur des préoccupations de la Fnac dans l'objectif d'entretenir ses relations privilégiées avec ses clients et adhérents. »**

explique Marie-Laure Cassé,  
Directrice animations réseaux  
services clients de la Fnac.

### Problématique

Les actions de communication et de marketing direct auprès des adhérents étant importantes (invitation à des rencontres avec des artistes, envoi du magazine Contact...), il était nécessaire pour la Fnac de munir les magasins d'un outil de normalisation et de structuration des adresses efficace et compatible avec ses applications existantes. « Nous avons déjà mis en place des solutions efficaces mais certaines n'étaient pas compatibles avec les applications Siebel nouvellement mises en place. Il était fondamental pour la Fnac de veiller à ce que notre base de données reste fiable. »

Pour rappel sur l'année 2006, la Fnac a enregistré :

- plus de 2 000 campagnes de marketing direct en local, favorisant ainsi la proximité de l'enseigne avec ses adhérents

- plus d'une centaine de campagnes nationales de mailing postaux (renouvellement de la carte de fidélité, offres promotionnelles...)
- un envoi tous les mois du magazine Contact à plus de 1 600 000 adhérents

« Avec de tels volumes d'envois, la Fnac ne peut pas se permettre de disposer d'une base de données d'adresses postales non qualifiées, le manque à gagner serait trop important en terme de rentabilité sur nos campagnes de marketing direct sans compter les surcoûts d'affranchissement engendrés par les retours NPAI et le mécontentement de nos clients » assure Marie-Laure Cassé.



QAS Limited  
38 AVENUE DES CHAMPS ELYSEES  
75008 PARIS  
T +33 (0) 1 70 39 43 20  
F +33 (0) 1 70 39 43 21  
info@qas.fr  
www.qas.fr



## Les solutions QAS permettent à la Fnac d'améliorer l'efficacité de sa gestion de relation client

### Solution

QAS Pro, logiciel de saisie rapide des adresses postales, a été mis en place dans les 71 magasins de la marque en avril 2006. Les 800 utilisateurs actionnent la solution QAS Pro via un « bouton » intégré à l'interface permettant ainsi de déclencher l'aide à la saisie pour les adresses postales françaises et de la désactiver pour les contacts étrangers. Toutes les adresses saisies n'étant pas automatiquement vérifiées par QAS Pro, la Fnac a choisi également de s'appuyer sur la solution QAS Batch, logiciel de nettoyage des bases de données. Les adresses non normalisées lors de la saisie en magasin sont traitées quotidiennement par QAS Batch.

### Résultats

- Augmentation de la qualité du fichier « clients adhérents » de la Fnac facilitant ainsi le routage de ses nombreuses campagnes annuelles de marketing direct.

- Un gain de temps non négligeable lors de la saisie des adresses postales par le personnel en magasin.
- La facilité d'intégration des solutions QAS et leur rapide prise en main par le personnel Fnac.
- Amélioration du taux de NPAI de 0,2% se traduisant par une économie de près de 50 000 euros par an.

### Bénéfices Clients

Les solutions QAS contribuent à la démarche qualité de la Fnac

Les deux solutions QAS implémentées ont permis d'augmenter la qualité du fichier « clients adhérents » de la Fnac facilitant ainsi le routage de ses nombreuses campagnes annuelles de marketing direct. Avec plus de 350 000 nouveaux adhérents par an, QAS Pro a permis un gain de temps non négligeable lors de la saisie des adresses postales par le personnel en magasin. En effet, la simple saisie du code postal, du dernier mot composant l'adresse du client et de son numéro de rue rapatrie immédiatement la bonne adresse et entraîne la normalisation de celle-ci. L'enseigne

souligne également la facilité d'intégration des solutions QAS et leur rapide prise en main par le personnel Fnac.

Le rapprochement entre la Fnac et QAS s'est fait sous le patronage de Siebel.