

COMARCH CRM&MARKETING



**IMPLÉMENTATION DE
COMARCH LOYALTY MANAGEMENT
LIVELO BRASIL**



À PROPOS DE LIVELO

Livelo Brasil a été fondée en 2014 suite au partenariat entre Bradesco et Banco do Brasil, deux des trois plus grandes banques du Brésil. Son but premier, dès le lancement de son activité en 2016, est de consolider les programmes de fidélisation afin de fournir aux clients de ces derniers la meilleure expérience possible en matière d'échanges de points. Il s'agit aujourd'hui de l'un des plus importants programmes de fidélisation au Brésil intégrant une plateforme e-commerce dynamique, permettant ainsi à Livelo de comprendre le comportement de ses 16 millions de clients. Ce programme permet, entre autres, de comparer les prix et échanger des points parmi plus de 700 000 produits et services, de rechercher des billets et des offres de voyages dans plus de 750 compagnies aériennes, de louer une voiture via l'agence de voyages en ligne ou encore de transférer ses points vers un autre programme de fidélisation au Brésil. En plus de l'approche B2C, Livelo a lancé fin 2017 un programme B2B, Livelo Incentivo, qui, grâce à des partenariats avec des sociétés externes, étend les avantages du programme de fidélité, permettant à ces entreprises d'attribuer des points Livelo aux salariés.

CHALLENGES

Livelo était à la recherche d'une plateforme informatique innovante qui aiderait l'entreprise à devenir l'option de rachat de points la plus dynamique qui soit et de faire passer ce partenariat entre les organismes au stade de coalition leader sur le marché Brésilien. L'objectif était de gérer tous les aspects des transactions et des informations concernant leurs membres, ainsi que la facturation complexe avec les partenaires d'accumulation et d'échange.

Les principaux défis auxquels Comarch et Livelo ont été confrontés étaient les suivants :

- **un délai court** pour lancer un nouveau programme de fidélité
- des règles métier différentes pour chaque partenaire **dans un seul programme**
- Migration des données en mode "Big Bang" **sans impact sur les clients** des 2 plus grandes banques brésiliennes
- intégration en **mode Agile** et fournisseur sélectionné des systèmes Blueprint de Livelo



NOUS VOULONS "RE-SIGNIFIER" LA VALEUR QUE LES POINTS PEUVENT AVOIR DANS LA VIE DU CONSOMMATEUR BRÉSILIEN. NOUS VENONS SUR CE MARCHÉ POUR MONTRER POUR MONTRER QUELS ASPECTS PEUVENT SE RÉVÉLER ÊTRE BIEN PLUS QUE DE SIMPLES PRODUITS ET SERVICES MAIS DE VÉRITABLES EXPÉRIENCES CONSTITUANT UNE RÉELLE RÉCOMPENSE POUR LE CONSOMMATEUR.

LES RÈGLES DU PROGRAMME

Les membres du programme peuvent acheter un nombre de points manquants pour obtenir la récompense souhaitée.



S'inscrire

- via le site de la banque ou celui de Livo
- www.pontoslivo.com.br



Gagner

- transférer les bénéfices provenant d'autres programmes ou gagner des points en participant à des campagnes ou actions de partenaires
- grâce à Livo, tel que des point + argent, achat de points.
- en participant à des actions ou campagnes lancées par Livo ou ses partenaires



Dépenser

- utiliser les points sur 700 000 produits et services
- transférer les points entre partenaires du programme

Retailer	OTA	Services	Dons	Partenaires du programme
+ 700.000 SKUs	+ 750 compagnies aériennes +200.000 hotels	compagnies pétrolières transporteurs mobiles banques de supermarchés		Partenaires nationaux et internationaux (Air & Non-air)

LA SOLUTION

Comarch a satisfait à toutes les exigences de Livo et a implémenté **Comarch Loyalty Management** version 5.0. La plateforme de fidélité proposée pour Livo comprend 2 modules principaux : Business Administration et Contact Center. Parallèlement, L'équipe Comarch a développé et livré un module de facturation externe utilisé par Livo à des fins comptables.

AVANTAGES

Grâce à l'implémentation de Comarch Loyalty Management, Livelo a perçu les avantages suivants :

- migration des données utilisateur des partenaires principaux avec plusieurs niveaux de données clients (données de base de Livelo)
- attributs et niveaux d'utilisateurs dynamiques
- règles personnalisées pour le processus d'authentification et la prévention de la fraude
- règles de facturation et de traitement distinctes et personnalisées pour chaque partenaire
- de nombreux partenaires ont fusionné dans un seul compte Livelo
- différents types de points en termes d'expiration, de hiérarchie, de coût et de responsabilité
- règles de facturation personnalisées (frais postpayés, prépayés et fractionnés)
- traitement personnalisé et facturation pour le produit Livelo (argent + points, abonnement, renouvellement de points et achat)
- Automatisation des facturations de réconciliation personnalisées avec les partenaires de remboursement
- récompense multicanal (c'est-à-dire: site web, mobile, ATM et POS)

IMPLÉMENTATION

Le projet a été lancé en novembre 2014. Grâce à la forte coopération et à la flexibilité de l'équipe projet Comarch, la mise en œuvre s'est déroulée comme prévu et achevée par Livelo conformément au calendrier. Le projet a été terminé dans les neuf mois impartis. Comarch a assuré l'intégration avec les systèmes clients existants: système de gestion de campagne (IBM UNIQA), commerce électronique (ORACLE ATG), application mobile tierce, SAP Finance, Livelo Taxa en ligne, Fast Shop SA. L'équipe Comarch a également migré plus de 16 millions de comptes clients. Comarch a également fourni un gestionnaire de programme, des services de soutien et de maintenance ainsi que des formations sur place.

RÉSULTATS



À PROPOS DE COMARCH

Comarch a plus de 20 ans d'expérience dans la conception, l'implémentation et l'intégration de solutions IT. Nous offrons aux grandes entreprises et groupes une gamme complète de solutions et de services et les accompagnons dans la construction et la gestion de programmes de fidélité. Nous créons pour eux des expériences consommateurs riches de sens et des interactions personnalisées à travers de multiples points de contact, notamment en automatisant les processus marketing même les plus complexes avec pour finalité d'augmenter les profits. Comarch possède une expérience significative dans de nombreux secteurs, acquise grâce à une collaboration forte avec plus de 80 clients. Nous travaillons aujourd'hui avec des entreprises telles que JetBlue Airways, Heathrow Airport ou encore BP.