

CRM grande conso et mesure de ROI :

l'exemple de Danone en France

Jean-Paul Baradel
Consultant indépendant
Marketing stratégique, CRM

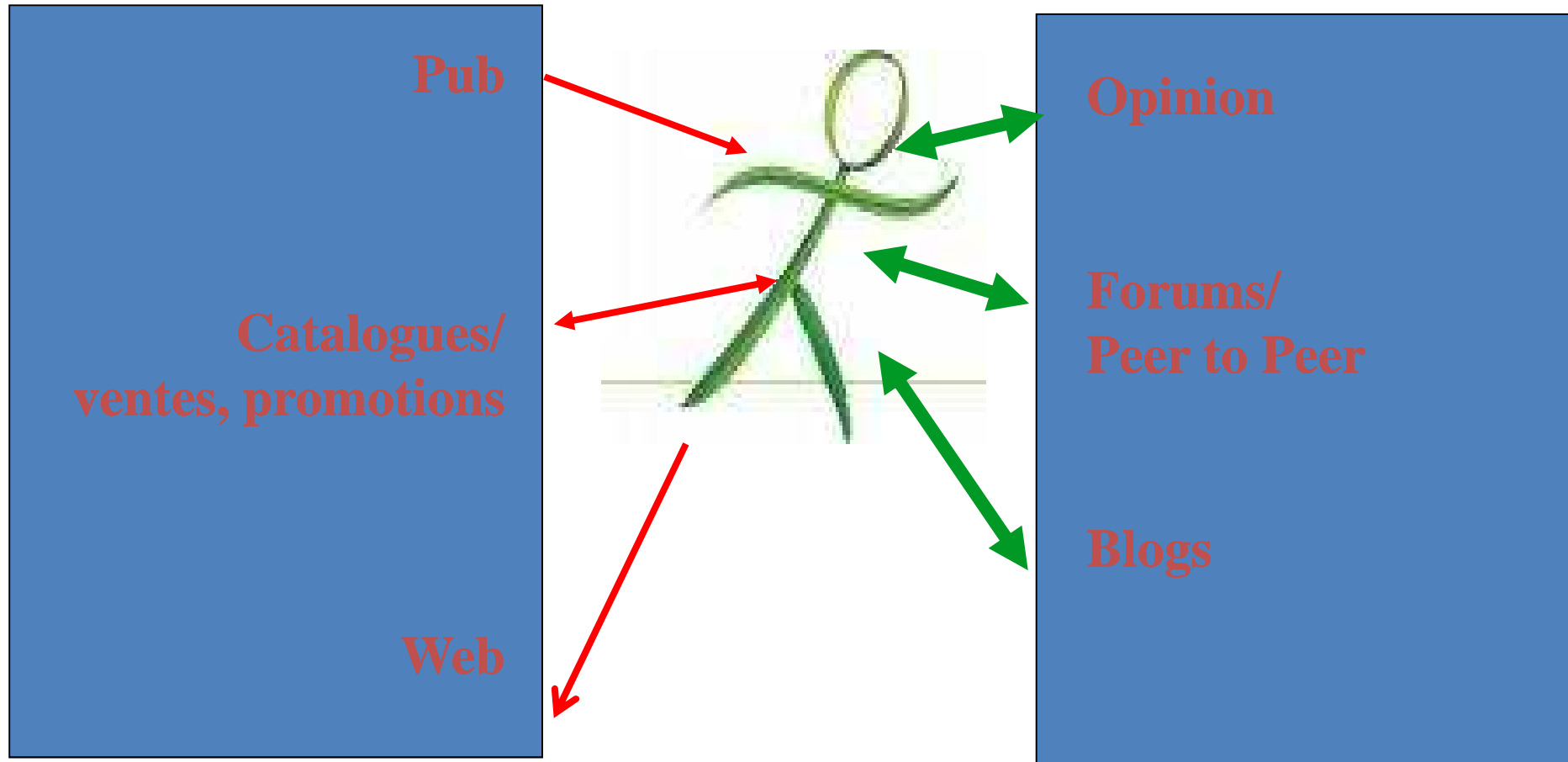
Agenda

- Les raisons d'être d'une démarche CRM ... en grande conso
- Le programme « Danone et vous »
- Mesure et valorisation
- Le cœur du réacteur : la base de données

Les raisons d'être d'une
démarche CRM ...
en grande conso

Marketing Classique

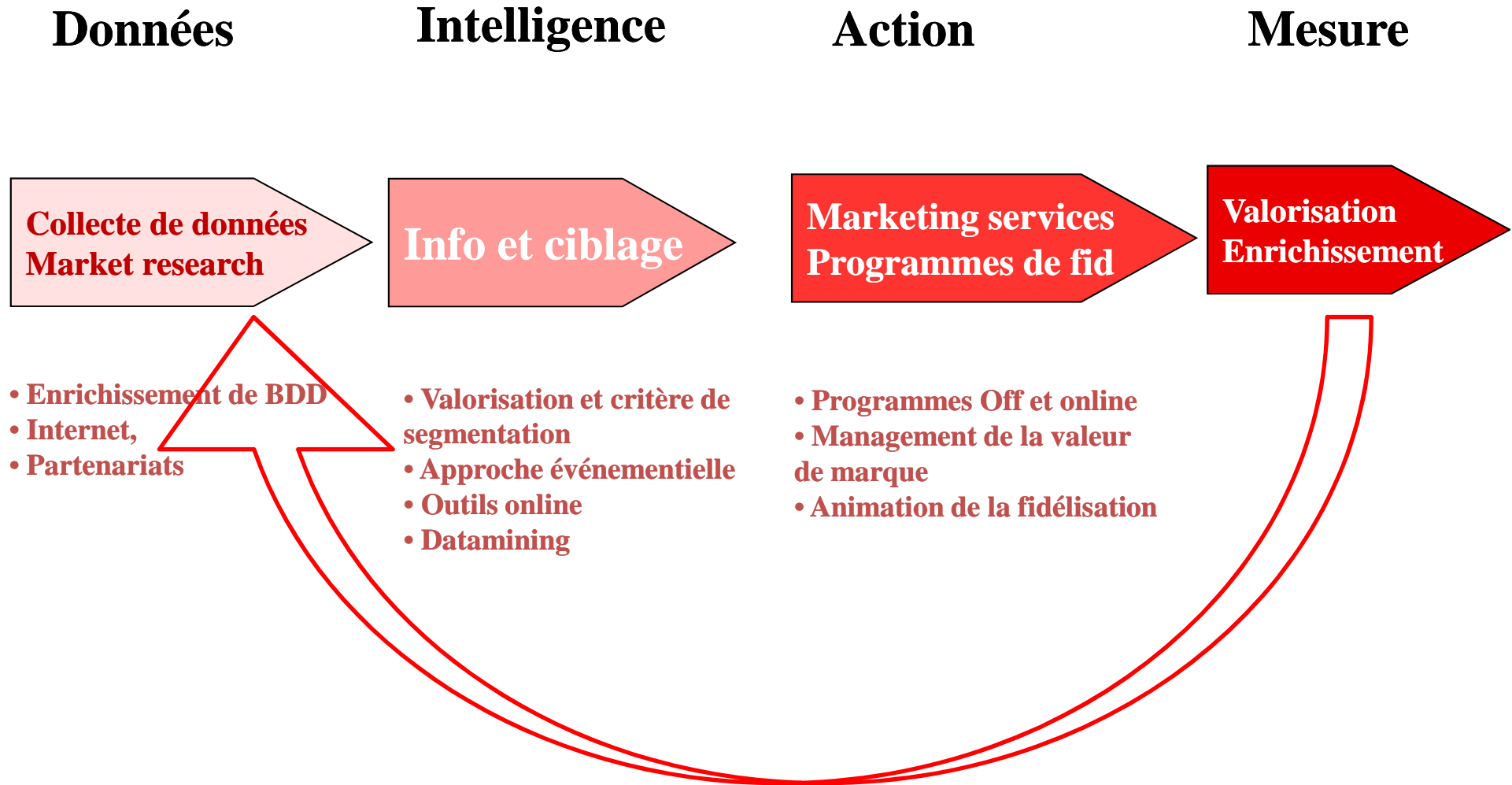
Marketing relationnel et coopératif



Comment ça marche ?



Le process CRM



Le programme «Danone et Vous»

Danone & vous un programme pour une mission spécifique

Mission :

Donner les repères et les clés d'amélioration de la Nutrition Plaisir au quotidien pour aider chacun dans le choix d'une alimentation saine et adaptée à sa vie

Connaissance



GUIDE 1X/Year
Based on nutrition content



MAGAZINE + coupons
3/Year

Consumption / practical / on a day to day basis



Dédr

« Nutrition facile et plai

ant

xpertise

ique

Website

3 fondements stratégiques déterminants

- **Une approche transversale du consommateur** grâce à la mise en œuvre de discours de marques suivant une approche rédactionnelle.
- **Un ciblage des foyers « Joyaux Universels »**
32% des foyers français – 60% du CATP
- Un Mix d'offres qui combine 2 grands leviers :
Information + Récompense sur deux canaux : print et Web

Mesure et valorisation

Un levier business significatif

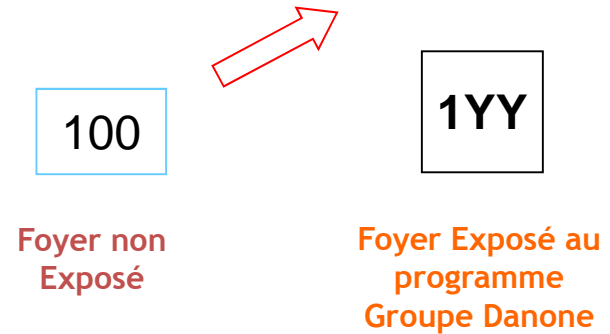
Programme Relationnel DetV :
3,7 millions de foyers



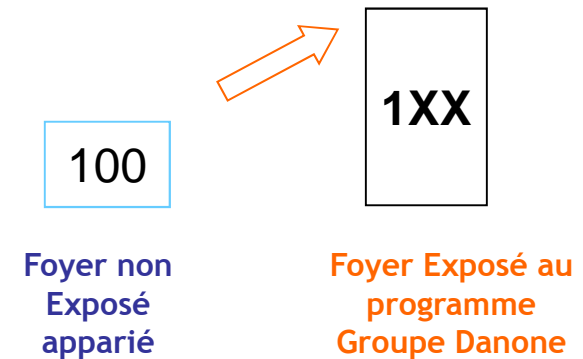
Source Panel TNS

Impact Business

Evolution dépenses Catégories



Evolution dépenses Marques Danone



Chiffres-clé du dispositif Danone et Vous en 2008

- 3 millions de foyers exposés au dispositif
 - près de 14% des foyers français
- Plus précisément, parmi les foyers exposés, on concentre 20% des foyers « joyaux » français
 - 1,6 million de foyers parmi les 8 millions de foyers « joyaux » français qui représentent 68% du CA total de Danone
- Ce sont des sur-consommateurs des marques du Groupe Danone
 - indice de sur-consommation = 132 versus moyenne des foyers
 - les foyers exposés représentent 19% du CA total du Groupe

La base de données: Cœur du réacteur

Danone et vous : La BDD leader dans l'univers des FMCG

- **Expérience**
 - Pionnier dans la constitution d'une BDD dans l'univers des FMCG
 - 16 ans d'expérience : en 1993, la première opération promotionnelle, le Bingo des marques
- **Puissance**
 - 40% des foyers français sont connus de la BDD « Danone et vous » ⇒ la BDD Danone et vous est la BDD la plus étendue dans le secteur des FMCG
 - 8 millions de Bons de réductions remontés par an
 - 20 millions d'e-mails routés par an
- **Ciblage**
 - Les foyers ciblés dans la BDD : les 32% des foyers français qui représentent entre 50% et 70% du CA des fabricants mais aussi des distributeurs (%CATP)
 - Le programme est concentré sur les « gros consommateurs universels »
- **Rentabilité**
 - Gestion continue de la valeur consommateur
 - Accélérateur de la rentabilité du CRM, grâce à la connaissance du consommateur

Une réussite rendue possible par les expertises métier autour de l'information

