

# Les marques de luxe se concentrent sur la qualité des données-clients, car leurs acheteurs globetrotteurs s'attendent à être reconnus partout dans le monde.

## Profil du client

- Leader mondial de produits de luxe
- Reconnu en matière d'innovation pour sa marque et son approche commerciale
- Distribue des marques dans plus de 120 pays

## Vue d'ensemble

Les marques de luxe ont pour défi de satisfaire en continu une clientèle très exigeante qui est connectée, mobile et qui voyage aux quatre coins du monde. Il est difficile pour une société multimarques proposant plus de 15 marques de luxe différentes d'offrir une distribution en omni-canal et une expérience au détail internationale impeccables. La société a su relever ce défi grâce à une solution Pitney Bowes®, qui permet d'assurer des renseignements-clients complets, cohérents, exacts et faciles à gérer.

## Défi commercial

A l'aide d'un programme mondial regroupant une solution CRM, un alignement des points de vente (POS), et une application-clients au détail, la société a aligné ses renseignements-clients pour chaque marque globale et sur l'ensemble de sa distribution, offrant ainsi à ses détaillants une vision unique sur leurs clients. A ces fins, la société a d'abord dû améliorer la qualité de ses renseignements-clients.

"Il s'agissait d'une demande expresse de nos marques" affirme le responsable CRM à l'international.

"Nous devons garantir des données précises et la numérisation des renseignements-clients, marque par marque".

*"Le principal caractère distinctif de Pitney Bowes est de toute évidence leur capacité à gérer la gestion des renseignements-clients de bout-en-bout, depuis la qualité des données jusqu'à leur gouvernance internationale."*

— Responsable CRM international,  
Marque mondiale de produits de luxe

## Technologies utilisées

- Gestion et gouvernance des données
  - Spectrum® Business Steward Module
  - Spectrum Data Quality Module
  - Spectrum Universal Addressing Module
  - Spectrum Enterprise OnDemand
  - Spectrum Master Data Management

*“Ce qui m'a surpris, c'est de voir les spécialistes Pitney Bowes rester à nos côtés tant de fois, pendant de longs mois. Nous constatons à présent la passion que leur personnel a démontrée”.*

— Responsable CRM international, Marque mondiale de produits de luxe



Pour de plus d'informations, visitez-nous en ligne: [pitneybowes.com](http://pitneybowes.com)



## Solution

Après avoir consulté plusieurs fournisseurs-clés de gestion de qualité des données, la société fut impressionnée par l'amplitude et la stabilité de la solution Pitney Bowes®. “Le principal caractère distinctif de Pitney Bowes est de toute évidence leur capacité à gérer la gestion des renseignements-clients de bout-en-bout, depuis la qualité des données jusqu'à leur gouvernance internationale” affirme le Responsable CRM.

La société s'est servie de plusieurs éléments de la plateforme modulaire de Gestion des renseignements clients de Spectrum®. Des connecteurs de données de qualité Spectrum alignent les données de gestion des relations-clients fournies par la force de vente (CRM) sur les applications d'infogérance de l'entreprise (ERP). Le logiciel Spectrum valide et nettoie les données en temps réel dès leur saisie, ou au cours d'un processus de routine destiné à améliorer les données des divers lots.

Une autre caractéristique essentielle est sa capacité à vérifier et à corriger les adresses sans à-coups depuis plusieurs pays, dont le format et langues d'adresse varient considérablement. La gestion avancée des adresses internationales offerte par Spectrum est compatible avec des sources de données pouvant inclure à la fois des adresses mais aussi des courriels et des numéros de téléphone, ce qui permet de fournir des renseignements plus exacts et complets pour les campagnes marketing.

## Avantages

Pouvoir assurer des renseignements-clients exacts fournit une fondation solide à la stratégie omni-canal pour cette société en croissance. “La stratégie

omni-canal est une nécessité absolue” affirme le Responsable CRM : “Surtout lorsque les revenus numériques augmentent chaque année, non seulement dans notre industrie, mais aussi pour nos marques. Nous devons être certains que si un client est reconnu chez un détaillant, il puisse aussi être reconnu par ses transactions et son historique d'achat en ligne”.

Il est parfois compliqué de gérer des données de qualité, car l'entreprise doit conserver les données de chaque marque en les séparant complètement. Grâce à une solution multimarques, les améliorations et meilleures pratiques conçues pour l'une des marques peuvent immédiatement être partagées avec toutes les autres.

“Une fois, l'équipe CRM solutionna une demande pour davantage d'attributs-clients en développant environ 20 champs de plus, allant de la couleur favorite du client à ses boissons préférées” affirme le Responsable CRM. “Grâce à cette simple demande, toutes les autres marques ont pu bénéficier de ces perfectionnements.

La société cité aussi les services professionnels de Pitney Bowes et leur soutien comme étant un facteur-clé pour réussir le projet. Par exemple, Pitney Bowes mena un séminaire pour ses marques, en les aidant à mieux comprendre le processus de conception des règles, qui représente l'un des éléments-clés de tout programme de gestion de qualité des données. “J'aimerais vraiment souligner l'énorme travail fourni par Pitney Bowes” affirme le Responsable CRM. J'étais surpris de voir leurs spécialistes rester à nos côtés tant de fois, pendant de longs mois. Nous constatons à présent la passion dont le personnel Pitney Bowes a fait preuve”.

Pitney Bowes, le logo Corporate et Spectrum sont des marques déposées de Pitney Bowes Inc. ou de l'une de ses filiales. Toutes les autres marques déposées appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

© 2019 Pitney Bowes Inc. Tous droits réservés.

19SW500771\_FR