

# AUTOBONPLAN IDENTIFIE PLUS DE 1 000 000 DE CONTACTS EN EXPLOITANT SES DONNÉES DE TRANSACTION

**Autobonplan**, acteur majeur de la voiture d'occasion, a choisi Effidic pour faire de ses données informatiques un outil de ciblage extrêmement précis et déployer une action commerciale d'envergure auprès de contacts qualifiés.

## • Un enjeu majeur : la collecte de données clients

**Autobonplan** est la marque digitale du Groupe Jean Rouyer, 5ème distributeur automobile en France.

Pour faire face à son développement commercial, l'entreprise doit relever un défi majeur : collecter, consolider et exploiter des millions d'informations commerciales accumulées sur l'ensemble de ses concessions.

### Son objectif ?

Détenir une base de données clients consolidée, nettoyée et auprès de laquelle l'entreprise peut déployer une campagne marketing ciblée et compatible avec le **RGPD** (règlement général sur la protection des données).

## • Une solution numérique de grande ampleur

**Menée avec Effidic**, la réflexion permet d'identifier une source majeure d'exploitation : les **transactions** (Leads/Commandes/Factures) de ses clients issues des entités multiples d'Autobonplan (concessions, réseaux partenaires).

**Près de 15 millions** d'entre elles, provenant de sources hétérogènes (logiciels de gestion, de commandes, de facturation, etc.) sont ainsi récupérées. Certaines d'entre elles datent de 15 ans.

- Dans un deuxième temps, elles sont « **scorées** », autrement dit corrélées selon certains critères permettant de les suivre dans le temps et déterminer les parcours des clients .

- Les étapes-clés de la vie du client sont ainsi analysées : date du premier achat de véhicule, montant de la commande, passages en concessions, réparations, fréquence de renouvellement de véhicules, etc.

Ce travail permet aussi de remonter les informations-clients les plus pertinentes (dernier e-mail utilisé, par exemple).

L'**accent technique** a été mis sur :

- Le nettoyage des bases de données
- Le scoring réalisé grâce à un algorithme de rapprochement créé spécifiquement.

Pour ce faire, Effidic a utilisé la base de données *PostgreSQL* en *open source* et le logiciel *Talend* pour gérer les flux émanant des diverses sources qui contenaient les données de commande et de facturation.

## • Les résultats

Sur la base de ces données, Autobonplan a pu procéder à l'identification de plus de **1 000 000 de contacts, définir un Référentiel Client Unique, puis passer à la segmentation de cette clientèle potentielle pour déployer auprès d'eux des campagnes marketing ciblées.**

Cette collecte s'est faite dans le strict respect du **RGPD** puisqu'un consentement était systématiquement demandé aux contacts.



Paroles  
de client

*« Effidic a su identifier la mine d'or sur laquelle nous étions assis ! La souplesse et l'efficacité opérationnelle de leur travail ont permis de mettre à jour une base de prospection et de fidélisation commerciale exploitable immédiatement. »*

*Tom Desmeulles, Responsable Marketing, Autobonplan*