

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).

• La création d'un "Référentiel Client Unique" (RCU)

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 d'identifier les clients à travers une donnée unique ("RCU"), de les suivre dans le temps et déterminer leur parcours .

- 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