

Optic 2000, le groupe leader de la distribution optique, a choisi la solution géomarketing de Pitney Bowes Business Insight

LE GEOMARKETING, UN BESOIN INHERENT A LA PROBLEMATIQUE DES RESEAUX DE POINTS DE VENTE

Le Groupe Optic 2000, leader de la distribution optique avec plus de 1 700 points de vente en France et en Suisse, est composé de 4 enseignes : Optic 2000 France et Suisse, AUDIO 2000 et Lissac. Chaque magasin possède une **zone géographique de concession**, sur laquelle il peut mener des actions de communication locale auprès des clients et prospects. Avec un nombre de points de vente aussi conséquent, la mise en place d'un outil pour administrer ces zones est apparue comme une valeur ajoutée certaine.

En 2006, **précurseur du géomarketing** dans les réseaux de distribution d'optique, le Groupe Optic 2000 a opté pour une solution de géomarketing simple d'accès, qui lui a permis d'informatiser les zones de concession. Cependant, au vu des besoins grandissants du Groupe, cette dernière s'est révélée limitée. Aussi, en début d'année 2008, le Groupe lance un second appel d'offre pour se doter d'une nouvelle solution géomarketing adaptée à ses attentes. C'est à partir de là que **MapInfo Geomarketing Report devient l'outil de référence pour l'administration et la connaissance des zones et la mise à disposition de rapports géomarketing dans les magasins.**

LA MISE EN PLACE D'UN PROJET TRANSVERSE

Pitney Bowes Business Insight a accompagné le Groupe Optic 2000 dans ce projet géomarketing, **mené en deux étapes** selon les souhaits émis par le Groupe. « *La méthodologie rigoureuse de gestion de projet de Pitney Bowes Business Insight nous a rassurés, car elle était en phase avec nos attentes. Leur équipe a tout de suite compris nos besoins et s'est montrée force de propositions pour nous accompagner dans les différentes étapes de mise en place du projet. Leur façon de travailler nous a inspiré confiance* » déclare **Fanny Muet, Directrice Marketing et Responsable du Projet.**

Le projet géomarketing a été mené en deux phases :

- **La gestion des zones de concessions** : après avoir effectué la reprise des concessions territoriales gérées précédemment avec le premier outil géomarketing, Pitney Bowes Business Insight a doté le Groupe Optic 2000 de **MapInfo Geomarketing Report**, une **solution de cartographie web décisionnelle intuitive et souple**. Pour répondre point par point aux besoins et être parfaitement opérationnelle, quelques **fonctionnalités métier développées spécifiquement** ont été intégrées à la solution, comme **la gestion des zones partagées** : plusieurs points de vente peuvent en effet se partager des IRIS (quartiers). Cet outil a grandement facilité la mise en place d'actions de communication locale (imprimés sans adresse, mailings, campagnes d'affichage...), tant pour un magasin que pour un groupe de magasins.
- **La mise à disposition de rapports géomarketing en magasins** : dans la continuité de la première phase, la seconde a consisté à étudier la pertinence de donner à chaque magasin une analyse complète de sa zone ainsi que des préconisations de ciblage de la communication locale.

Pour ce faire, les équipes de Pitney Bowes Business Insight ont animé des **ateliers de travail**. La participation active de différents services (Marketing, Communication, Réseau) et de **magasins pilotes** ont permis de définir pour chaque type de magasin, les indicateurs pertinents et donc le rapport géomarketing adéquat. « *Les conseils et les propositions concrètes présentées par Pitney Bowes Business Insight ont été déterminants pour la dynamique et l'efficacité de ces ateliers* » indique Fanny Muet. Ces indicateurs portent notamment sur la structure des habitants de la zone (âges, revenus,...), comme sur celle des clients (localisation, indice de performance, ...). Le groupe de travail a proposé de compléter les rapports géomarketing d'un outil de ciblage pour la communication locale permettant de **gérer les cibles des différentes campagnes marketing** et de **communiquer utile**. Le Conseil d'Administration du Groupe a donné son aval : la deuxième phase du projet sera définitivement déployée d'ici la fin de l'année 2009.

« *Tout au long du projet, Pitney Bowes Business Insight a été un réel partenaire et non un simple prestataire* » affirme Fanny Muet. Des propos confirmés par **Marianne Pichot, Directeur Services de Pitney Bowes Business Insight**, qui explique « *que la réussite d'un projet est rendue possible grâce à un véritable travail d'équipes* ».

DES BENEFICES EVIDENTS

La mise en place de la solution MapInfo Geomarketing Report résulte d'une maturation d'un projet géomarketing initiée depuis plusieurs années par le Groupe Optic 2000, qui souhaitait se doter d'une **solution transverse**, pouvant bénéficier à plusieurs Directions, comme le Marketing, l'Expansion ou le Réseau.

La solution MapInfo Geomarketing Report a « *révolutionné la façon de travailler à l'Expansion* » déclare **Didier Hénard, Directeur de l'Expansion**. En effet, le service Expansion du Groupe Optic 2000 bénéficie désormais d'un outil lui permettant de faire **des études poussées** afin de comparer différents scénarii d'implantation et ainsi identifier directement les zones **où s'implanter**.

Pour la Direction du Réseau, la solution est, pour les points de vente, « *une opportunité d'améliorer encore leur efficacité et leur stratégie de communication locale* » affirme Frédéric Douillet, Directeur du Réseau.

Côté Direction Marketing, l'objectif est clairement d'apporter toujours plus de valeur ajoutée aux magasins pour, en particulier, **communiquer plus efficacement**. « *La solution MapInfo Geomarketing Report est un véritable outil d'aide à la décision intuitif et efficace, parfaitement intégré au sein de notre structure. En terme de communication locale, l'enjeu est désormais de réduire les investissements, tout en maintenant le même volume de retours* » conclut Fanny Muet.

Aujourd'hui encore, le Groupe **Optic 2000** reste pionner dans l'intégration du géomarketing en tant qu'outil décisionnel.

A propos de Pitney Bowes Business Insight

Pitney Bowes Business Insight (PBBI), division de Pitney Bowes Software Inc., offre une combinaison unique de logiciels, de données et de services de "Communication et Location Intelligence" permettant aux organisations de prendre des décisions plus pertinentes vis-à-vis de leurs clients et usagers, de leurs concurrents et de leurs marchés. Avec l'ensemble le plus complet du marché de solutions visant à maximiser la valeur des données relatives aux clients et aux usagers, PBBI offre les outils nécessaires pour localiser, interagir et communiquer plus efficacement avec ces derniers au sein des marchés globaux d'aujourd'hui. Des organisations leaders s'appuient sur les solutions de PBBI pour accroître la précision et l'efficacité de la distribution des informations clients, et se développer de manière rentable. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.pbbusinessinsight.com et www.pb.com.

Group 1, Group 1 Software, MapInfo, Data Flow sont des marques déposées de Pitney Bowes Software Inc.

CONTACTS PRESSE

OXYGEN RP

Audrey Legaigneur / Audrey Sliwinski

01 41 11 37 78

alegaigneur@oxygen-rp.com