

**OUTIL DE  
DÉVELOPPEMENT  
COMMERCIAL**

**FFVOLLEY**

# SOMMAIRE

- **CONTEXTE**

- **OUTIL CRM : LA SOLUTION  
ARENAMETRIX**

- **LE CLUB AVANTAGE**

- **PROGRAMME DE  
FIDELISATION**

**CONTEXTE**

# CONTEXTE

**En 2021, développement de la stratégie sur 2022 - 2024**

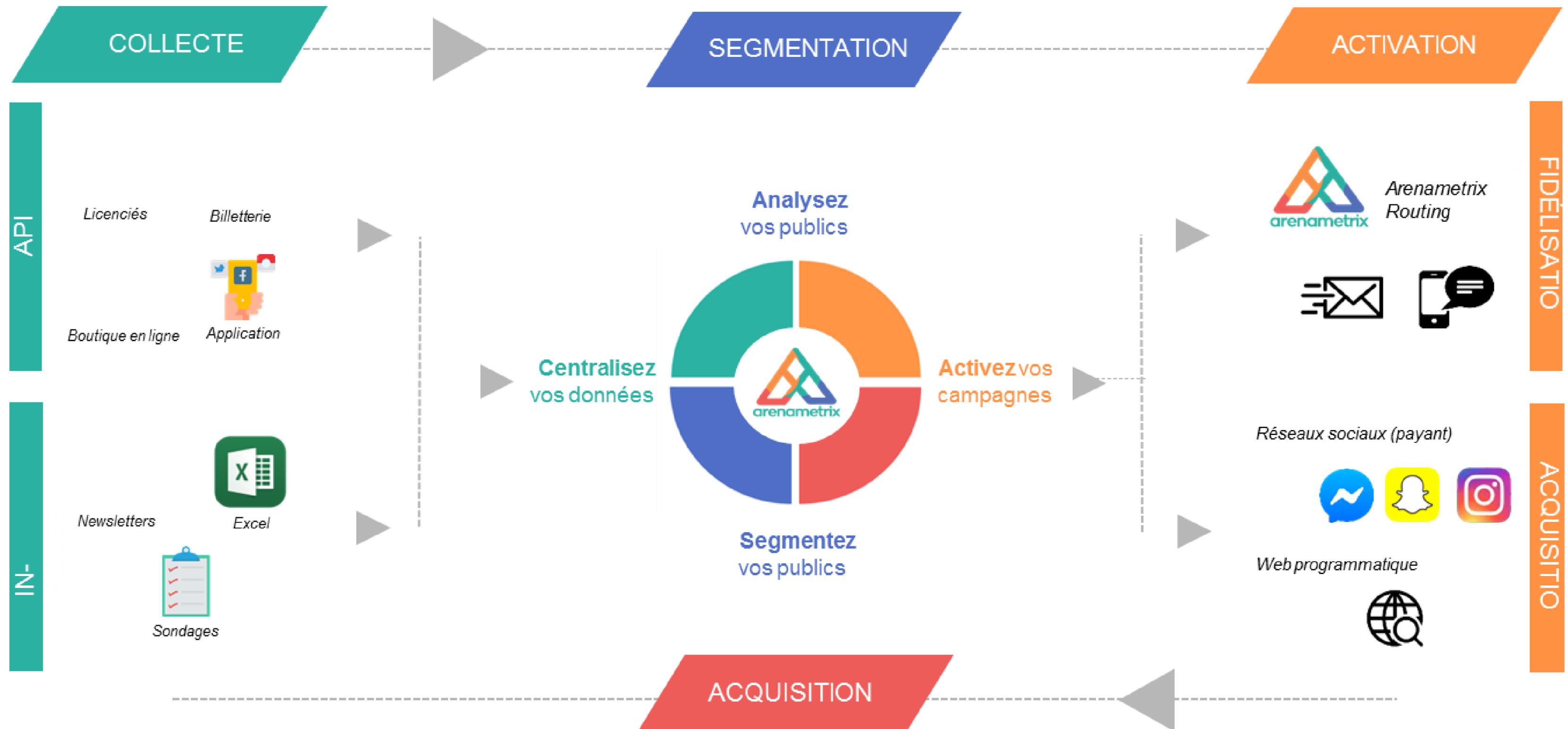


- **Augmentation des ressources commerciales** : *Licenciés, Billetterie, Merchandising*
- **Fidélisation** : *Améliorer l'expérience*
- **Meilleure analyse du marché et de ses habitudes** : *Comportement digital, profil type...*
- **Améliorer la communication interne et externe.**

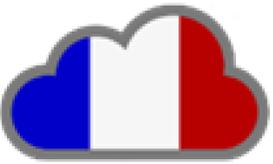
**Utilisation d'outils et de savoir-faire de nos prestataires**

# LE CRM : ARENAMETRIX

# Qu'est ce qu'un CRM digital ?



# LE PRESTATAIRE : ARENAMETRIX



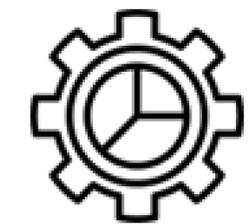
**Société 100% française** ayant déjà fait ses preuves sur des petits clubs comme sur des grands projets



Une technologie bien au-delà d'une simple solution de CRM : une vraie **plateforme marketing** (fidélisation / acquisition)



Un accompagnement d'experts **adapté** au contexte de ressources humaines restreintes



Une solution **déjà intégrée** à d'autres acteurs gestion de licenciés, billetterie, merchandising, application...



Une forte **satisfaction client**

Vous équiper d'une plateforme marketing CRM ergonomique, simple et efficace

Vous accompagner dans votre développement commercial et marketing grâce à l'utilisation d'Arenamatrix

Vous offrir des expertises à forte valeur ajoutée : ressources humaines et montée en compétences de vos équipes

# ARENAMETRIX travaille avec :



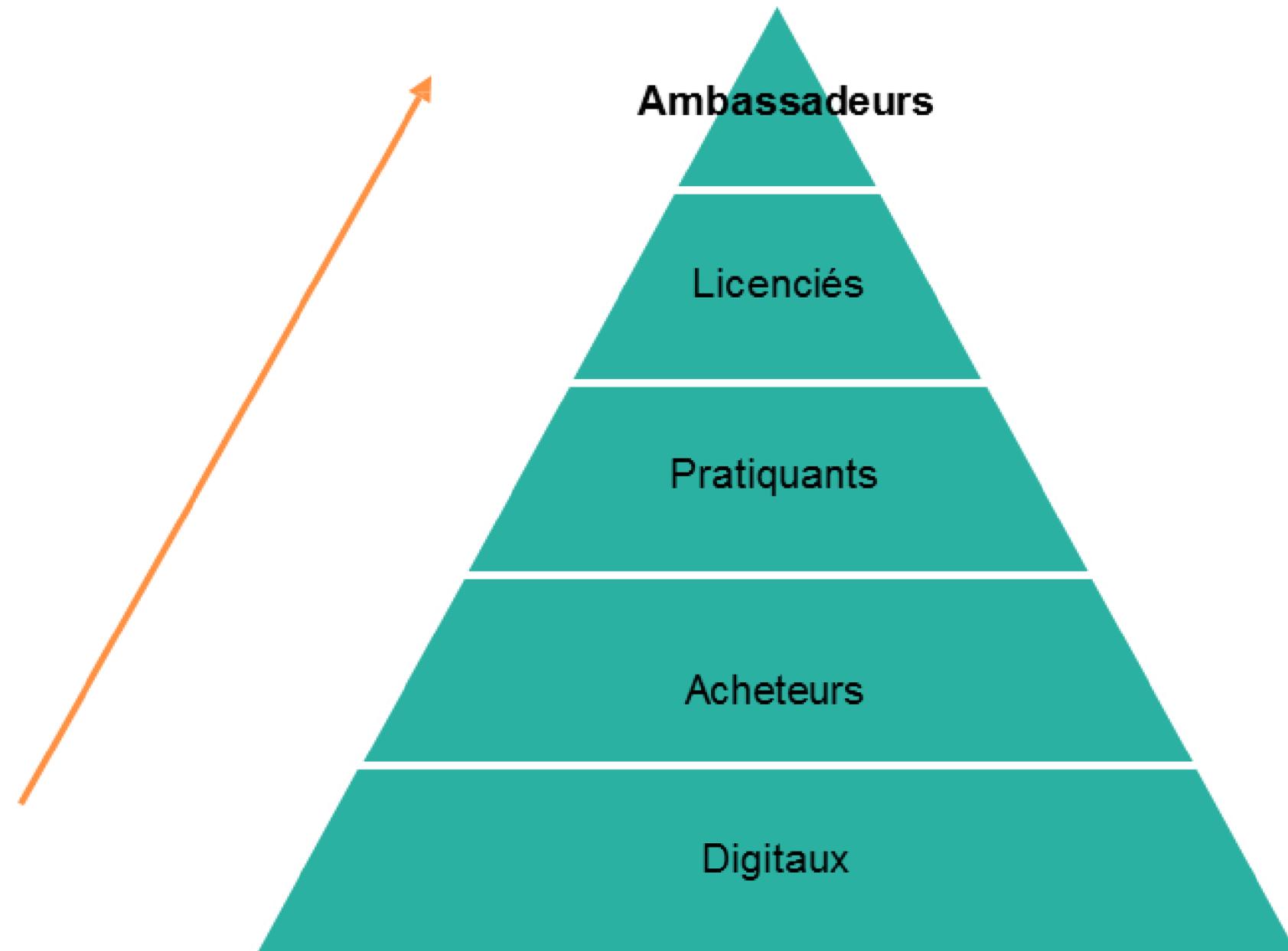
OC SPORT



# La Stratégie CRM de la FFVOLLEY

## LES OBJECTIFS DE LA FÉDÉRATION

- /Acquérir de nouveaux pratiquants
- /Transformer les pratiquants en licenciés
- /Acquérir de nouveaux licenciés
- /Diminuer la perte de licenciés
- /Fidéliser vos licenciés
- /Transformer vos licenciés en ambassadeur du volley
- /Développer la communauté de consommateur



**Votre enjeu : édifier votre pyramide CRM**

# Le CRM : une opportunité pour le sponsoring

AUDIT

MARKETING

ACTIVATION

MESURE

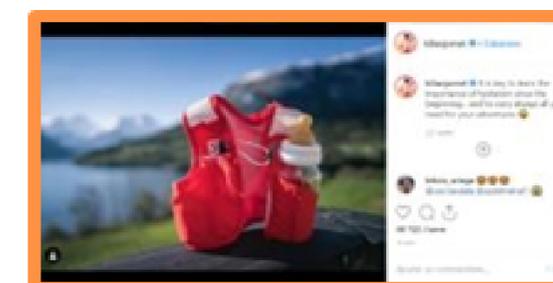
Plateformes



STORYTELLING  
CIBLAGE,  
SEGMENTATION



COLLECTE -  
VALORISATION

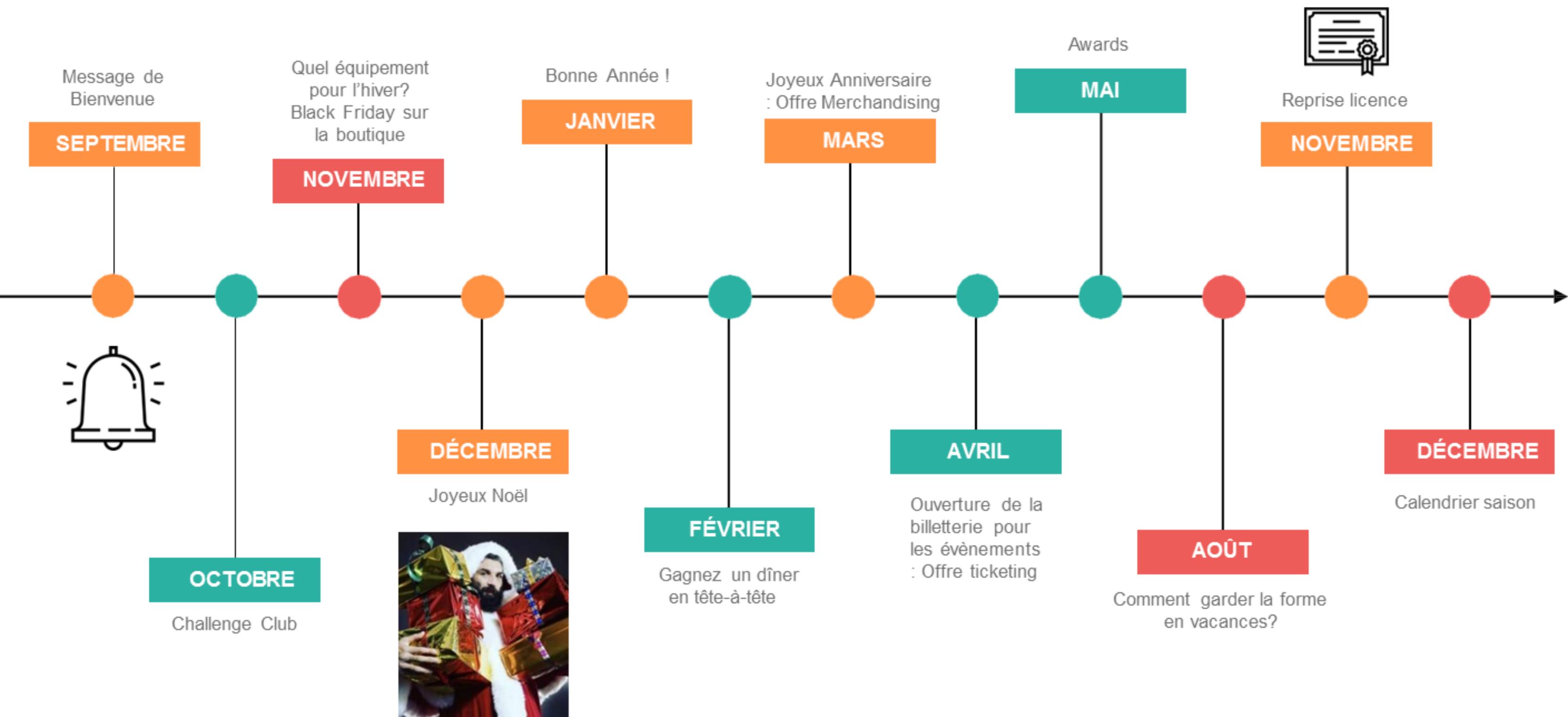


MONÉTISATION

DIGITAL

CRM

# Exemple de marketing relationnel possible avec l'outil CRM



**LE CLUB AVANTAGE**

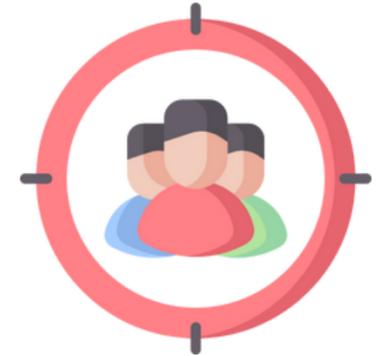
# LE CLUB AVANTAGE DE LA FFVOLLEY



**Une plateforme digitale dédiée et facile d'accès**



**Gratuité totale du service pour la FFVOLLEY comme pour les utilisateurs**



**A destination des salariés, licenciés, bénévoles...**



**Réduction et + de 1000 avantages sur plus de 150 marques.  
Zone réservé aux offres partenaires fédéraux.  
Possibilités de CASHBACK.**

# Le pouvoir d'achat et quelques partenaires

## Plus de pouvoir d'achat !

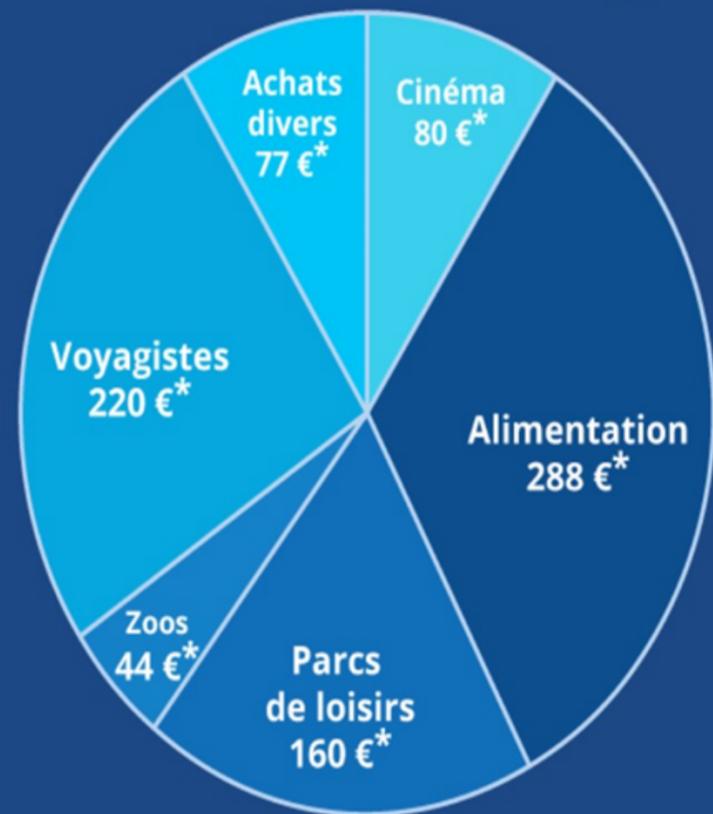
> **Un gain de 869 € / an !**

Montant qu'une famille de 4 personnes peut économiser en moyenne par an

> **\* Économies**

réalisées par catégorie

Exemple : 80 € d'économies réalisées par an sur vos sorties cinéma



\*Consommation d'une famille de 4 personnes sur une année



DECATHLON

IKEA

fnac

Gaumont

Belambra  
clubs

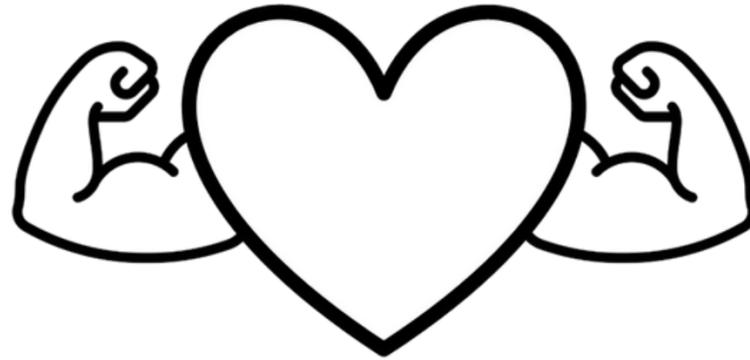
INTERSPORT  
Le sport, la plus belle des rencontres

DISNEYLAND  
PARIS

azureva  
Vacances en terre de partage

**LE PROGRAMME DE  
FIDELITE :  
REWARD FOR ALL**

# REWARD FOR ALL



Nous récompensons 100% des clients d'une marque avec des expériences affinitaires à vivre chez des partenaires (sport, loisirs, bien-être etc...) que nous pourrions à la fois booster les ventes de nos clients, créer de la valeur autour de leurs marques et renforcer la fidélité.

Nos partenaires tirent profit des consommateurs désireux de venir vivre l'expérience chez eux via une ou plusieurs initiations offertes (voir plus loin l'offre) – à eux de les convertir en clients fidèle pour la suite.

# Exemple de mécanique « type » pour qu'un consommateur bénéficie de l'offre

**1** J'achète un produit de la marque xxx pendant la période promotionnelle et découvre mon code unique sur le pack.

**2** Je me rends sur le site web de participation de la marque xxx, entre mon code unique, mes coordonnées et upload ma preuve d'achat

**3** Si je suis éligible je reçois un email de « Félicitations » contenant un code d'accès personnel me permettant de me rendre sur la plateforme expérientielle Rewards For All dans laquelle je découvre les partenaires et choisis celle désirée, dans le département et la région de mon choix puis imprime mon bon cadeau nominatif sur lequel l'ensemble du détail de l'offre du partenaire est explicitée

**4** Je prends contact avec le partenaire pour définir la date possible pour vivre l'expérience et remets le jour j au partenaire mon bon cadeau Rewards For All pour en bénéficier gracieusement

## « La Saga de l'Été »

### NOTRE CHALLENGE : COMMENT...

- 1/ Animer le temps fort historique « Saga de l'Été » dans les Auchan Drive
- 2/ Booster la création de trafic dans les Auchan pendant la période estivale vs le reste de l'année
- 3/ Fidéliser les nouveaux clients Auchan Drive et Auchan Livraison à Domicile acquis pendant la période du COVID

### NOTRE OFFRE

**Pour 1€ à partir de 60€ d'achat ou dès 100€,  
1 activité sport, loisirs, bien-être ou éveil bébé offerte**

Des milliers d'activités au choix disponibles  
en France métropolitaine pour 1 à 4 personnes, selon le partenaire



Sport



Loisirs



Bien-être



Éveil-bébé



Du 11/07/2020 au 08/08/2020

<https://activete.auchan.fr>

## Activ'été à bord !

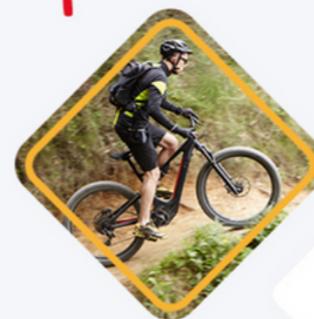
Du 11 juillet au 8 août

**Profitez d'une activité  
près de chez vous  
pour 1€ seulement**

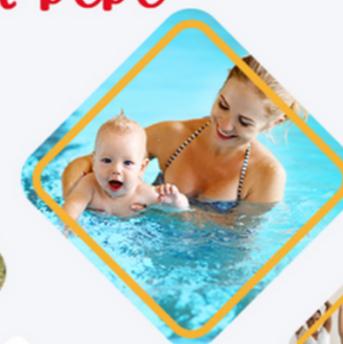
à partir de 60€ d'achat et offerte dès 100€



sport



éveil bébé



loisirs

bien-être



Et vous, c'est quoi votre #activete **Auchan drive** ?