



Communiqué de presse  
Toulouse, 24 juin 2014

## **USHIP INNOVE POUR SON RESEAU ET MET LE CAP SUR LA SOLUTION DE FIDELITE ADELYA LOYALTY OPERATOR**

La société **ADELYA**, spécialiste de la fidélisation fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC, a été choisie par **USHIP**, **premier réseau français d'accastillage**, pour équiper son réseau de plus de 100 magasins d'équipements pour le nautisme.

### **Moderniser le système de fidélisation existant**

Adelya est intervenue afin de moderniser le système de fidélisation historique de USHIP. Celui mis en place par la société était certes lourd et fastidieux à gérer, mais jugé satisfaisant par les clients qui bénéficiaient de chèques globalisant un pourcentage de réduction sur le montant de leurs achats, dès lors que leurs cartes étaient totalement tamponnées et renseignées manuellement en magasin.

L'enjeu pour ADELYA était alors de conserver le principe du programme tout en modernisant le système.

La société a alors su démontrer la puissance de personnalisation de sa plateforme de fidélisation clients en modélisant le processus existant pour le mettre, dans un premier temps, à disposition du siège uniquement et en le déployant ensuite dans tout le réseau.

Opération réussie !

Rémy Baley Responsable Marketing du réseau Uship explique ce choix :

*« Nous cherchions un outil qui permette d'être déployé rapidement sur notre réseau et d'assurer une transition transparente pour nos clients. Le fait que la solution Adelya fonctionne en mode SaaS était une composante importante. Les magasins Uship sont des indépendants avec une grande diversité d'environnements informatiques. En mode SaaS, pas de problème, il suffit d'un navigateur web et ça fonctionne. »*

La nouvelle carte de fidélité basée sur une carte à technologie sans contact (NFC) a également permis une simplification des processus d'identification dans les points de ventes :

*« Avec Adelya nous avons modernisé un programme anachronique fonctionnant sur carte papier tout en gardant un système efficace et simple à utiliser. Nous gagnons du temps, de l'énergie et de l'efficacité car il n'y a plus d'aller/retour entre la centrale et les magasins, tout est stocké au même endroit ».*

La richesse fonctionnelle de la plateforme Adelya Loyalty Operator permet également à USHIP de garder la maîtrise de la relation client tout en offrant une autonomie d'animation locale à chaque point de vente. C'est un avantage pour se démarquer dans un environnement concurrentiel ouvert. L'enrichissement de la connaissance client permet de planifier une animation ciblée et personnalisée en fonction des habitudes de chaque plaisancier.

Stephan Serra, Président de Uship le résume en ces mots :

*« Créer un lien toujours plus fort avec nos clients est indispensable. Nos équipes dans nos magasins sont des grands professionnels et des techniciens hors pair. Le développement d'un programme de fidélité très complet va nous permettre de tisser une relation encore plus pérenne entre nos magasins et leurs plaisanciers, tout en constituant un outil de connaissance unique de nos clients et donc de notre marché ».*

Pour Jean-François Novak, Président d'ADELYA

*« Le réseau Uship est une marque internationalement connue dans le monde de la plaisance. Nous sommes donc ravis que notre plateforme ait été choisie pour lancer la nouvelle carte de fidélité de l'Enseigne.*

*La mise en œuvre a été originale puisque nous avons d'abord allégé le travail administratif de la centrale en automatisant le programme traité en saisie centralisée à partir de remontées terrain et clients. Uship a eu ainsi la preuve que cela pouvait fonctionner partout et a déployé la solution dans son réseau. C'est un bel exemple de mise en œuvre progressive et pragmatique. Nous sommes très contents du résultat ».*

### **A propos d'ADELYA**

Société innovante créée en 2005 par des pionniers du CRM, ADELYA propose aux Enseignes et Commerçants une plateforme web de Fidélisation et de Relation Client fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC. Véritable opérateur de fidélisation, ADELYA aide les points de vente à instaurer une relation client interactive et à augmenter les ventes.

Conçue pour les commerçants et les villes, la plateforme Loyalty Operator propose des services marketing innovants et interactifs: cartes de fidélité, campagnes marketing, City-Pass, couponing, bons plans, cartes cadeaux, promotions, statistiques et analyses. Elle permet de toucher le consommateur sur son lieu d'achat favori (Point De Vente, vente en mobilité, eCommerce) en utilisant son canal de communication privilégié : sms, emailing, courrier, téléphone mobile, réseaux sociaux. Complément naturel à Loyalty Operator, ADELYA a développé Loyalty Avenue, applications web et mobile permettant aux consommateurs de consulter les boutiques, les bons plans et leurs avantages fidélité.

Parmi ses clients : Aéroports de Lyon, Bars&co, Havas/Carlson WagonLit Voyages, Movida, les Librairies Decitre, l'Office du commerce de Bayonne, l'Office du Commerce et de l'Artisanat de Nice, Office du Tourisme et des Congrès de Marseille, TOC (Trouble Obsessionnel Culinaire).

[www.adelya.com](http://www.adelya.com)

### **Contact Presse**

**Allison DUFFOURD – Chargée de Relations Presse – 05 34 31 41 99 – [allison.duffourd@digitalplace.fr](mailto:allison.duffourd@digitalplace.fr)**