

La Vision Client Unifiée au service de l'Intelligence Marketing

Bandai Namco Entertainment Europe (BNEE) est spécialisé dans la publication, le développement et la distribution de jeux vidéo.

Bandai Namco Group est un des leaders du marché de l'Entertainment au niveau mondial avec plus de 11 000 employés, plus de 400 marques utilisées par 20 000 produits et au travers de 18 domaines d'activités différents. En 2023, le groupe a généré 6.46Mds€ de CA et 560m€ de bénéfices nets. Très présent dans la culture populaire au Japon, le groupe est reconnu en Europe avec des marques emblématiques notamment dans le secteur du jeu vidéo.

Les enjeux du marché

- Moins de jeux vidéo publiés avec des bases de fans et des marques déjà bien installées
- Davantage de jeux uniquement numériques, les jeux mobiles se développent
- Des concurrents mondialisés avec de moins en moins de petits players
- Des communautés qui se créent sur les réseaux sociaux et online

Les spécificités du projet

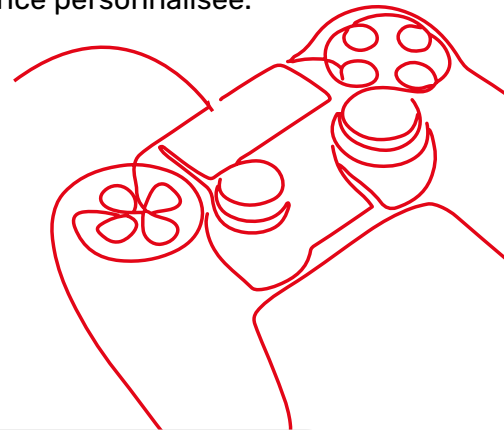
L'objectif était de construire une Vue Client Unifiée qui contiendrait l'intégralité des touchpoints et des interactions clients pour proposer une expérience personnalisée.

Des équipes marketing en manque d'autonomie

Une connaissance client partielle et difficilement exploitable

Des difficultés à répondre au besoin de personnalisation du marché

L'écosystème data de BNEE, bien que performant et robuste, reflétait une vision data **plus technique que marketing.**



Grâce à imagino, notre historique client est consultable en seulement 3 clicks par tout un chacun ! Avant, il fallait se rapprocher de l'IT pour accéder à la donnée client... aujourd'hui cela prend deux minutes et nous pouvons voir tous les touchpoints de nos clients.

Lucas Siméon-Killis | CRM Manager chez BNEE

La solution

BNEE avait très tôt identifié le besoin d'une CDP. Il leur fallait toutefois trouver **LA bonne solution.**



SMART INTEGRATION & SCALING

DATA GOVERNANCE & COMPLIANCE

FAST IMPROVEMENTS WITH LIMITED RESOURCES

Les facteurs clés de succès

Pour valoriser le projet en interne et assurer la réussite du projet, BNEE a défini **3 axes prioritaires**. Ces axes ont été utilisés pour mesurer l'impact et la réussite du projet CDP.

Performance marketing

« Nos segmentations sont désormais beaucoup plus fines. Et rajouter de nouvelles sources de données nous a ouvert de nouvelles opportunités de targeting. Cela nous permet de réduire nos coûts d'acquisition et d'augmenter les opportunités d'upsell ou cross-sell. »

Efficacité opérationnelle

« Notre data management est simplifié et le Time to Market accéléré. Nos données sont centralisées et facilement accessibles, tout cela dans un environnement sécurisé, ce qui est essentiel pour une bonne gouvernance des données »

Satisfaction client

« Depuis l'implémentation de la solution imagino nous avons vu un taux de satisfaction client plus important et une réduction du taux de churn. »



Résultats

+10%

Part du CA du eStore généré par les ouvreurs des e-mails

1 service requis vs. 3 services auparavant (Gestion des demandes DPO)

÷ 2

Le temps de création d'une campagne e-mail

Le Brand Scoring chez BNEE

PIERRE ANGULAIRE DE LA CONNAISSANCE CLIENT

BNEE utilise le brand scoring depuis un certain temps. Il s'agit d'un scoring RFM (Récence, Fréquence, Montant) assez simple, adapté pour répondre aux objectifs et aux particularités de l'industrie. **Calculé quotidiennement, il permet d'évaluer l'appétence des utilisateurs envers la marque.** Ce brand scoring est au cœur de tous les usages, car toutes les segmentations sont basées sur ce score.

Avec imagino, le brand scoring pourra être recalculé pour **intégrer de nouvelles données collectées via le tag imagino**, notamment des données comportementales.

imagino permettra également d'exploiter les données du service client et de les intégrer au brand scoring, par exemple **pour mieux gérer la pression commerciale.**