

COMARCH CRM&MARKETING

**IMPLEMENTIERUNG VON
COMARCH LOYALTY MANAGEMENT
BEI NATURA BRASIL**





NATURA BRASIL

Natura Brasil ist eine führende Kosmetikmarke auf dem lateinamerikanischen Markt und ist der viertgrößte Kosmetikhersteller weltweit im Bereich Direktverkauf. In den vergangenen 40 Jahren pflegte Natura vor allem zwei Werte: die Liebe zu Kosmetika und die Freude an Beziehungen. Unsere Beziehung zu uns selbst, die Beziehung mit anderen und die Beziehung zu unserem Planeten – der Umwelt.

Natura hat seine Produkte von Anfang – mit großem Erfolg – über ein Netzwerk unabhängiger Berater auf allen Märkten, auf denen der Konzern tätig ist, vertrieben. Zur Zeit werden die Werte und Produkte des Unternehmens weltweit von über 1.4 Millionen Beratern promotet.

GESCHÄFTLICHE HERAUSFORDERUNGEN VOR EINFÜHRUNG DER “MYNATURA”-STRATEGIE

Im Jahr 2006 gründete Natura seine erste europäische Tochtergesellschaft mit Hauptsitz in Paris, Frankreich. Ganz im Sinne des Unternehmenskonzepts bot Natura seine Produkte zunächst über ein Netzwerk von 2.000 Beratern in ganz Frankreich an. Damit Natura seine Produkte und Werte auf dem gesättigten europäischen Markt einer größtmöglichen Anzahl an Verbrauchern vorstellen konnte, musste das Unternehmen allerdings entscheidende Maßnahmen ergreifen und einige Änderungen an dem bestehenden Vertriebsmodell vornehmen. So eröffnete der Konzern seinen ersten Laden in Paris und beschloss die Einführung des E-Commerce-Vertriebs.

Um dieser neuen Geschäftssituation gerecht zu werden und das Unternehmen in Frankreich wachsen zu lassen, war eine Lösung erforderlich, die folgende Ziele erfüllt:

- Kombination aller 3 Vertriebskanäle – Direktverkauf, E-Commerce-Website und Ladengeschäft – in einer umfassenden Strategie
- Erhalt des Direktverkaufs als Schwerpunkt der Multi-Channel-Strategie, da zwischenmenschliche Beziehungen zu den wichtigsten Werten bei Natura gehören
- Mehr Möglichkeiten für Endkunden zur Interaktion mit Natura und zum Erwerb von Produkten in ganz Europa durch stärkere Gewichtung des Onlinevertriebs
- Aufbau einer detaillierten und hochwertigen Kundendatenbank für Natura-Berater und Natura selbst
- Leistungssteigerung der Berater durch Bereitstellung eines benutzerfreundlichen, professionellen Vertriebstools sowie eines effektiven Motivationsprogramms
- Konzeption eines interessanten Kundenbindungsprogramms für Endkunden
- Aufbau eines positiven Markenbewusstseins und Erhöhung der Sichtbarkeit in Europa

LÖSUNG

Natura hat auf einer einzelnen IT-Plattform das sogenannte "Perls-Programm" zur Anerkennung und Motivation seiner Berater sowie ein modernes Kundenbindungsprogramm für Endkunden errichtet. Die CRM- & Loyalty-Strategie, die unter dem Namen "mynatura" geführt wird, umfasst die Implementierung folgender Komponenten:

COMARCH LOYALTY MANAGEMENT

- **Business Administration** – Anwendung für Back-Office-Benutzer zur Konfiguration von Promotion-Regeln, Regeln für die Anerkennung von Leistungen, Kommunikations-, Prämien-, Einlösungsparametern (alle sowohl für Berater als auch für Endverbraucher) und diversen Berichten
- **Contact Center** – Anwendung für Kundendienstmitarbeiter zur Bearbeitung von Kunden- und Berateranfragen
- **Kunden-Webportal** – dedizierte Anwendung für Endkunden zur Bearbeitung ihrer Konten und Aktivitäten
- **Beraterkonsole** – Onlineanwendung für zertifizierte Berater des Perls-Programms, in der sie ihr Verbrauchernetzwerk sowie Kundenkonten verwalten, mit Kunden kommunizieren und die wichtigsten KPI (Vertriebsergebnisse, Margen etc.) verfolgen können.

FRONTEND & E-COMMERCE WEBSITE

Für den Aufbau einer umfassenden Omni-Channel-Strategie hat Natura das Look-and-feel seiner Website angepasst. Diese lässt sich nun einfach navigieren, ist modern konzipiert und ist an das Kundenbindungsprogramm angebunden – sie zeigt Bonuspunkte für jedes Produkt, präsentiert Up-selling-/ Cross-selling-Promotions in Echtzeit und integriert Einlöseaktionen in den Kaufprozess.

MOBILE APP – FÜR ENDKUNDEN UND NATURA-BERATER

Natura Brasil hat sich zudem dazu entschieden, eine mobile App einzuführen, um eine engere Beziehung zwischen Unternehmen und Kunden zu fördern. Die Kunden-App umfasst einen digitalen Produktkatalog, Produktinformationen, aktuelle Angebote und die Option, Berater in der Nähe zu suchen. Für Consultants steht zudem eine mobile Version der Beraterkonsole zur Verfügung. Über diese sehen sie auch unterwegs die wichtigsten KPIs, Kundenkonten, Transaktionen, Prämienbestellungen etc. ein. Beide Apps sind für Android und iOS verfügbar.

VORTEILE FÜR BERATER



Kaufgewohnheiten der Kunden besser kennen lernen, um ihnen die passenden Produkte anbieten zu können.



Mehr Zeit für den Ausbau des Kundennetzwerks und die Entwicklung neuer Kundenbeziehungen.



Verkaufsdaten und gesammelte Punkte werden im Natura-Perl-Programm erfasst.



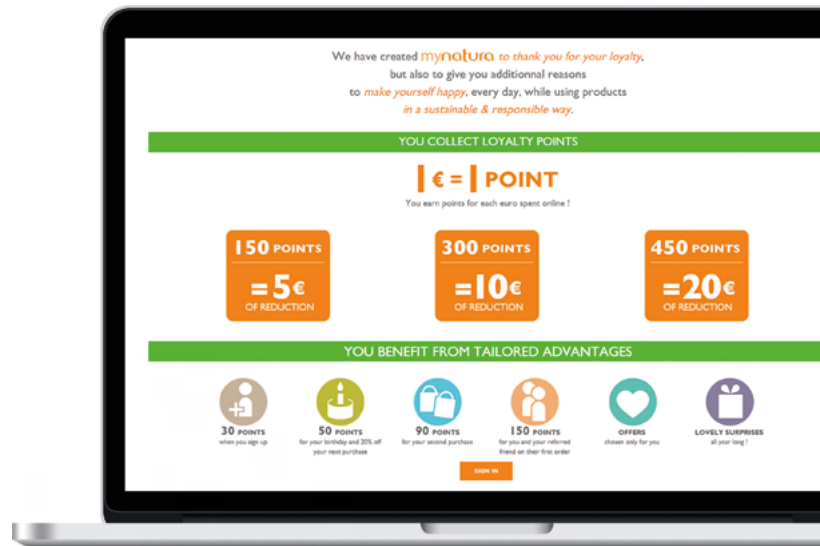
Natura-Perl-Punkte lassen sich direkt im mynatura-Tool einlösen.



Natura Brazil stattet seine Berater mit einem speziell konzipierten Tool aus, das ihnen bei der Entwicklung ihres Netzwerks helfen soll. Unabhängig davon, welchen Vertriebskanal Kunden nutzen, erhalten die Berater die gleiche Provision.

VORTEILE FÜR ENDKUNDEN

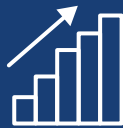
Kunden sammeln durch Einkäufe über sämtliche Vertriebskanäle – E-Commerce, Direktverkauf oder Ladengeschäft – Bonuspunkte. Das Kundenbindungsprogramm ist zudem auf Kunden ausgerichtet, denen keine Berater zur Verfügung stehen, wodurch Natura eine zusätzliche Zielgruppe in ganz Europa erreicht.



ZAHLEN UND FAKTEN

79%

Umsatzsteigerung
im Bereich
E-Commerce
im Jahr 2014
gegenüber 2013




40% der Berater
erbringen **80 %** der
Umsätze im Jahr 2014
gegenüber **55 %** im
Jahr 2013

123%

Steigerung
der E-Commerce
Einkäufe im
Jahr 2014
gegenüber 2013



80%

80%  der Berater verwenden das CRM-Tool und sehen die Lösung als einen echten Mehrwert



17.

Platz im „report of digital competence“ von **65 Beauty-Marken auf dem französischen Markt 2015**, noch vor weltbekannten Marken wie DIOR, MAC, Biotherm, Guerlain

ÜBER COMARCH

Comarch ist ein weltweiter Anbieter zum Aufbau und Einsatz effektiver und individueller Kundenbindungsprogramme, mit denen Unternehmen Ihre Kundenbeziehungen verbessern und die Kundenbindung stärken zu können. Im Rahmen der Plattform Comarch CRM & Marketing bietet Comarch zukunftsorientierte Marketinganwendungen, die die gesamte Bandbreite von Marketingprozessen unterstützen. Dazu zählen die umfassende Verwaltung von Kundenbindungsprogrammen, die Kundendatenanalyse sowie die Durchführung von Multi-Channel-Kampagnen.

Copyright © Comarch 2017. Alle Rechte vorbehalten.

www.comarch.de | www.comarch.at | www.comarch.ch

COMARCH