

Paris Saint-Germain gere uma verdadeira relação multicanal com a Cabestan

Com mais de 3 milhões de simpatizantes, o clube de futebol francês Paris Saint-Germain dispõe de uma base vasta de apoiantes, ativos e passivos, prontos a manifestar a sua ligação ao clube. Desde alguns anos, o **PSG diversifica as suas ofertas de marketing** e propõe à partida meios de interações com os apoiantes: bilheteira online, loja online, email, mobile, psg.tv, psg.fr, cartão "Passion PSG", acesso ao estádio, visita ao Parc des Princes.

Um acompanhamento dedicado desde 2002

Desde 2002 que o PSG confia à Cabestan a gestão das suas campanhas de email marketing.

Em 2009, no sentido de assumir uma verdadeira relação multicanal, o PSG procura obter uma base de dados que permita guardar todas as informações dos clientes, provenientes de várias fontes de dados multicanal, necessárias a uma comunicação de forte valor acrescentado.



Desde 2002, que a Cabestan nos acompanha na nossa estratégia de relação cliente por email. Hoje em dia, a plataforma Cabestan é a nossa única ferramenta multicanal, que nos permite comunicar com o cliente, tomando em conta as informações comportamentais e transacionais recolhidas e trabalhadas pelo Datamart Marketing.

Julien Jalouzet, Chefe de projetos CRM do Paris Saint-Germain

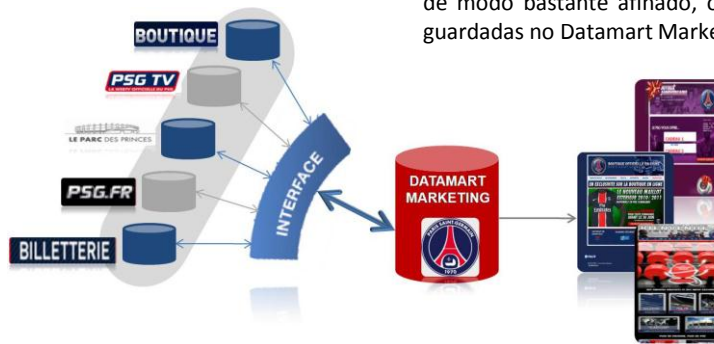
Uma visão a 360° dos dados de clientes

Para obter uma visão multicanal dos apoiantes, o PSG teve de passar de uma base de dados do tipo ficheiro linear, com entrada única para o email, a uma base de dados relacional.

A Cabestan concebeu o Datamart Marketing indicado para o PSG que reúne os seguintes dados:

- **Os dados declarativos**
Fonte: PSG.FR
- **Os dados comportamentais**
Fontes: PSG.FR, PSG TV, Acesso ao estádio
- **Os dados transacionais**
Fontes: Loja e Bilheteira

O Datamart Marketing do PSG está sincronizado em tempo real com a ferramenta de gestão das campanhas de marketing Cabestan, principalmente ao motor de segmentação. O que permite segmentar, sem dificuldade, e de modo bastante afinado, os contactos via as informações guardadas no Datamart Marketing.





Exploração do Datamart Marketing com a finalidade de segmentação afinada

O Datamart Marketing PSG está modelado no motor de segmentação da plataforma Cabestan. O que permite segmentar a população consoante os critérios específicos:

- **Dados sociodemográficos:**
Estado civil, nome, apelido, morada...
- **Dados sobre ações de Email e SMS**
- **Dados sobre o tráfego web**
- **Dados lançados pelo PSG.FR:**
Comentários dos fóruns PSG, classificação das fotografias
- **Dados de consumo:**
Cesto de compras, bilhetes comprados, cartão Passion PSG, produtos derivados...
- **Dados lançados pelo movimento do Estádio:**
Horas de chegada, saída
- **Dados pelo PSG TV:**
Vídeos consultados...

PROBLEMÁTICAS

- Conhecimento sobre clientes limitado
- Programa relacional pequeno
- Necessidade de manter os novos centros de benefícios
- Nenhuma centralização dos dados multicanal

OBJETIVOS

- Evolução do conhecimento sobre o cliente
- Gerar receitas
- Colocar em prática uma verdadeira política relacional

RESPOSTAS

- Implementação e Design de um Datamart Marketing apropriado para o PSG
- Colocação em prática das regras de scoring
- Motor de segmentação suave e evolutivo



Atimação da base de dados através das ações de marketing específicas

Ações de objetivo relacional:

News do treinador
Zapping PSG TV
Exclusivos Passion PSG
Informação a inscritos
Informações do clube
Fundação PSG
Email de boas-vindas

Ações de objetivo comercial:

Push em função dos produtos
Compras na loja
Bilheteira
Academia PSG
Ofertas de Parceiros

Ação de mix

E-news semanal
propondo a compra de produtos derivados e bilhetes.

RESULTADOS

- Evolução do conhecimento sobre o cliente: apetência aos serviços propostos, capacidade de gerar receitas
- Aumento constante das receitas adicionais
- Colocação em prática de um verdadeiro programa relacional online

VANTAGENS FUNCIONAIS & TÉCNICAS

- Suavidade & adaptabilidade da plataforma Cabestan aos sistemas de informações do PSG
- Modelação dos dados comportamentais no seio do Datamart Marketing
- Verdadeira ferramenta de decisões multicanal