

TOC, réseau de boutiques dédiées aux obsessionnels de la cuisine et autres passionnés des fourneaux, mitonne sa stratégie de relation client et de fidélisation avec ADELYA.

Avec 4 ouvertures en moins de deux ans, 4 000 clients fidélisés par point de vente, un site de vente en ligne et une relation interactive avec ses clients, TOC nous livre sa recette d'un déploiement réussi.



Toulouse, le 16 Novembre 2010 – La Start-up française ADELYA, spécialiste de la fidélisation fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC, annonce ce jour que le réseau TOC ou Trouble Obsessionnel Culinaire, réseau de boutiques dédiées à l'univers du plaisir de cuisiner utilise la plateforme NFC ADELYA Loyalty Operator pour fidéliser sa clientèle, animer ses points de vente et interagir avec ses clients.

TOC, une nouvelle marque gourmande

Pour faire rimer gourmandise et entreprise, Olivier Guéret et Laurent Simon, deux passionnés de cuisine, ont créé il y a deux ans, un nouveau concept de point de vente : TOC... comme Trouble Obsessionnel Culinaire. Implantées en cœur de ville, les boutiques TOC sont des espaces entièrement dédiés au plaisir de cuisiner. A ce jour, elles sont présentes à Toulouse, Bordeaux, Annecy et Nantes. Marseille ouvrira en février prochain et sera suivie par d'autres ouvertures en 2011.

Une stratégie de développement axée sur 3 ingrédients incontournables

TOC a identifié trois ingrédients incontournables pour asseoir son développement et devenir une marque de référence dans le plaisir de cuisiner :

- La mise en place d'un réseau de distribution français
- Le couplage d'un site eCommerce **toc.fr** avec des points de vente physiques
- Un système de Fidélisation et Relation Client pour une interaction client optimale

« L'ambition de TOC est de créer une marque de référence dans l'univers du plaisir de cuisiner. En effet, la cuisine représente le deuxième loisir des français après le bricolage. Or à l'inverse de son confrère, il n'existe aucune enseigne de référence sur un marché en forte croissance de 3 milliards d'euros en France » explique Laurent Simon, co-fondateur de TOC
« Chez TOC, nous nous adressons à des amoureux de la cuisine, amateurs comme professionnels, et l'interaction client est réellement un ingrédient incontournable afin de



COMMUNIQUE DE PRESSE

connaître, fidéliser et communiquer avec nos clients mais aussi animer notre point de vente et gérer nos promotions.»

La plateforme Loyalty Operator accompagne le développement de TOC

Depuis la création de la première boutique à Toulouse, la plateforme Loyalty Operator a été choisie comme le système de Fidélisation et Relation Client de l'Enseigne.

Elle agit à tous les niveaux de l'Enseigne :

- Loyalty Operator offre une vue centralisée de l'ensemble des clients des magasins, permet la diffusion d'opérations marketing, la communication multi-canal avec les clients, la gestion des règles de fidélisation et l'analyse statistiques.
- Le cumul des points de fidélité est bien entendu le cœur de la plateforme Loyalty Operator. Chez TOC, la fidélité est simple et pratique : chaque euro d'achat correspond à 1 point, tous les 100 points, le client reçoit par mail un coupon de 5 € valable 2 mois aussi bien dans les boutiques physiques que sur le site eCommerce.
- Avec Loyalty Operator, TOC interagit en temps réel avec chaque client. Plateforme NFC, il suffit au client d'approcher sa carte de fidélité vers le lecteur en caisse pour être immédiatement reconnu. L'acte de vente est alors totalement personnalisé.
- Avec Loyalty Operator, les clients de TOC sont certains d'être conviés aux animations culinaires, ventes et soldes privées et promotions exceptionnelles. Chez TOC, il y a deux animations par mois plus une soirée afin de faire découvrir et tester les nouveaux produits à tous les fans de cuisine. La plateforme Loyalty Operator diffuse l'information en fonction de la préférence de communication de chaque client : un email, un sms, directement sur Facebook et sur le site eCommerce **toc.fr**.
- Enfin, très prochainement, avec l'arrivée des téléphones NFC, Loyalty Operator permettra d'utiliser le téléphone mobile en lieu et place de la carte de fidélité.

« TOC est un bon exemple de l'aptitude d'ADELYA d'accompagner des concepts de franchise naissants, depuis le magasin pilote jusqu'au déploiement. » explique Jean-François Novak, Président d'ADELYA *« TOC est une très belle réalisation de l'intégration d'une solution de Fidélisation et Relation Client dès le premier jour d'ouverture du magasin pilote. Nous sommes ravis de voir que la stratégie CRM a porté ses fruits puisque plus de 90% des clients de TOC sont porteurs d'une carte de fidélité.»*

A propos d'ADELYA

Société innovante créée en 2005 par des pionniers du CRM, ADELYA propose aux Enseignes 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 Enseignes et leurs points de vente à instaurer une relation client plus libre, plus participative et plus interactive.

Disponible en locatif (SaaS) et multi-canal, la plateforme Loyalty Operator propose des services marketing innovants et interactifs: carte de fidélité, campagnes marketing, couponing, 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.



COMMUNIQUE DE PRESSE

Près de 1000 points de vente utilisent quotidiennement la plateforme en ligne ADELYA pour leurs programmes de fidélisation. Parmi eux : Aéroports de Lyon, Arthur L'Optimist, bars&co, Body One, Carlson WagonLit Voyages, Marco Serussi, Movida, Optical Discount, Tape à l'œil... www.adelya.com

Loyalty Operator est une marque déposée de la société ADELYA. Tous les autres noms de sociétés ou produits appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

A propos de TOC

L'idée **TOC** est de réunir, dans des boutiques de cœur de ville et sur le web, l'ensemble des ustensiles et des produits indispensables pour que chacun puisse prendre plaisir en cuisine.

Du débutant qui se jette à l'eau au chef confirmé en quête de perfection, chacun trouvera son bonheur dans la sélection large et exigeante de **TOC**: matériel issu du monde professionnel ou de la cuisine familiale, produits d'innovation ou petits ustensiles ludiques... Il y en a pour tous les goûts.

La marque **TOC** offre, dans ses points de vente et sur son site web, plus de 4000 références sélectionnées parmi les meilleures marques du secteur. Que ce soit en magasin, grâce à des vendeurs expérimentés, ou sur le web grâce à des fiches produits claires et détaillées, **TOC** guide et conseille efficacement les cuisiniers de tout bord pour les aider à s'équiper en fonction de leurs besoins et de leurs envies.

TOC dispose à ce jour des 4 boutiques physiques (Toulouse, Bordeaux, Annecy, Nantes) et de nouvelles ouvertures sont en préparation: Marseille en février, Lyon et Paris sont dans les projets! A terme, **TOC** prévoit d'être présent au cœur des principales villes françaises. En attendant, et pour satisfaire tous les accros des fourneaux d'où qu'ils viennent, **TOC** met l'ensemble de son offre à disposition sur toc.fr.

Contacts PRESSE

Cécile MOREL – ADELYA - 05 62 24 93 04 – cecile.morel@adelya.com

Marie CHARRIERE – TOC - 06 61 63 16 01 - mariecharriere@lamiagence.com