

TESSI S’AFFIRME EN RÉFÉRENCE DU MARKETING CLIENT EN ACCOMPAGNANT MONDELEZ INTERNATIONAL DANS UNE CAMPAGNE D’ACCÉLÉRATION DES VENTES 100% DIGITALE

Le géant de l'agroalimentaire Mondelez International, qui possède notamment les marques LU, Prince, Oreo, Belvita, Tuc, Belin, Milka, Côte d'or ou Hollywood, a choisi Tessi pour la conception et la réalisation de sa prochaine campagne marketing client intitulée Le Grand Jeu des 7 Familles. Cette opération de fidélité durera 9 mois et regroupera toutes les marques Mondelez International.

A travers son accompagnement complètement intégré qui met les nouvelles technologies au cœur de ses projets, Tessi renforce sa place d'acteur de référence du marketing client.

Une opération inédite par son ampleur

Ce dispositif, qui reprendra le modèle du célèbre jeu des « **7 familles** », s'étendra d'avril à décembre 2019. Pour chaque achat d'un produit Mondelez International, les consommateurs recevront une ou plusieurs cartes à collectionner afin de reconstituer chacune des sept familles. **L'opération est d'une ampleur inédite.** Durant **9 mois**, près de **10 000 cadeaux** seront distribués chaque semaine par tirage au sort. Les dotations seront de différentes natures : des dotations « pouvoir d'achat », des années de services à domicile, des activités sportives et loisirs, des dotations marques, des produits technologiques Samsung et d'autres dotations d'exception seront offertes. Pour ceux qui complèteront l'ensemble des familles, une maison¹ est mise en jeu par tirage au sort final. Au total, plus de **3 000 partenaires** participeront à cette opération 100% digitale (plus de détails [ici](#)).

Le réseau d enseignes dans lesquelles les consommateurs pourront collectionner leurs cartes ira de la **grande distribution** (hypermarchés, supermarchés, proximité et drive) aux **stations-services** Shell et autres **points de vente** à emporter.

Un projet ambitieux mettant l'innovation technologique au cœur de sa réalisation

Tessi a été sélectionné pour penser et organiser l'ensemble de l'opération, de sa **conception stratégique** et de sa **création à sa mise en œuvre concrète**. En plaçant les nouvelles technologies au cœur du dispositif, Tessi a porté un projet ambitieux élaboré autour de trois solutions innovantes :

- **DIGIFID by Tessi, une plateforme de promotion et de fidélisation multicanale** permettant de gérer toutes les interactions liées à l'opération : qualification, gestion des preuves d'achat, attribution des cartes de jeu, validation et commande des dotations, relances des participants, mesure d'efficacité, tableaux de bord ;

¹ Une participation financière à hauteur de 300 000 euros à valoir sur un bien immobilier.

- **AI-SCANN by Tessi, une innovation technologique basée sur l'intelligence artificielle**, permettant d'analyser des centaines de milliers de tickets de caisse de manière instantanée, avec une analyse précise de chaque achat ;
- **LA BOX HAPPY PASS, une plateforme agréant plus de 3 000 partenaires** proposant des activités géolocalisées dans tous les domaines (nature, sport, activité en famille, culture, découverte) dont pourront bénéficier les consommateurs.

Pendant les 9 prochains mois, Tessi va **suivre et coordonner l'ensemble de l'opération**. L'entreprise sera notamment en charge du traitement des flux de participations, de l'hébergement, des fils d'actualité personnalisés destinés à chaque consommateur présent sur les réseaux sociaux, des bilans hebdomadaires, ou encore de la gestion de la relation client.

L'excellence opérationnelle est la marque de fabrique de Tessi, reconnue par une majorité de clients, qui font confiance à cet opérateur unique sur le marché. En étant choisi pour ce projet, Tessi démontre une nouvelle fois sa capacité à croiser services et nouvelles technologies pour s'affirmer en acteur de référence des Business Process Services en Europe.

Valérie Bats, Directrice du CRM de Mondelez International, déclare : « C'est une campagne historique pour Mondelez International, à la fois par sa mécanique et par le nombre de marques concernées. Les moyens technologiques mobilisés pour assurer le succès de l'opération sont inédits. Pour réaliser notre ambition, nous avons besoin d'un partenaire expert en la matière, à même de réaliser l'écosystème digital global de la campagne, notre choix s'est naturellement tourné vers Tessi. »

A propos de TESSI

Tessi, acteur international des Business Process Services, accompagne les entreprises dans la digitalisation du parcours client. Présent dans plus de 11 pays dans le monde, Tessi compte environ 9 500 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 427,8 millions d'euros en 2018. Tessi est coté sur le compartiment B d'Euronext Paris (TES).

Plus d'informations sur tessi.eu

Contacts

Tessi

Tél. 04 76 70 59 10

communication@tessi.fr

Presse

Nathan Juillerat

Tél. 06 28 02 10 12

nathan.juillerat@vae-solis.com