La **Loterie Nationale belge** mise sur les **solutions géomarketing** de GEOCONCEPT pour développer son réseau de **points de vente**

Dans le cadre de sa croissance, la Loterie Nationale belge choisi de s'équiper des solutions géomarketing de GEOCONCEPT afin d'optimiser sa stratégie d'implantation de points de vente et d'évaluer les performances de son réseau.

Le challenge de la direction commerciale : diversifier le réseau national de points de vente en accord avec les besoins du consommateur

Equivalent de la Française des Jeux pour la France, la Loterie Nationale a pour mission d'organiser de manière socialement responsable, fiable et sûre des loteries publiques, paris, concours et jeux de hasard sur le territoire belge. Ces activités s'organisent à travers un réseau dense de plus de 5.300 points de vente (dont 80% d'indépendants et 20% liés à des contrats cadre), que la société doit continuer de développer pour atteindre l'objectif fixé par l'Etat belge de parvenir à 1 point de vente pour 1.200 personnes majeures, tout en respectant les contraintes du marché (contexte défavorable pour les bureaux de presse, diversification des stations essence et magasins d'alimentation générale, etc.).

La Loterie Nationale belge en bref

- Création en 1934 de la Loterie Coloniale
- En 1962, l'institution devient la Loterie Nationale
- Société anonyme de droit public depuis 2002
- Près de 420 collaborateurs
- Chiffre d'affaires 2012 : 1,258 Milliard d'euros
- Plus de 5.300 points de vente (dont 80% d'indépendants)
- 3 types de jeux : jeux de tirage, jeux de grattage et paris sportifs
- http://www.loterie-nationale.be

En 2010, la direction commerciale de la Loterie Nationale constate que sa stratégie de développement s'appuie sur des données et des outils incomplets qui ne lui permettent pas d'assurer efficacement ses différentes missions. Avec une faible capacité d'analyse et une absence de dimension prospective, il est en effet difficile d'optimiser le choix d'implantation de points de vente ou encore d'évaluer objectivement les performances du réseau.

La Loterie Nationale lance ainsi un appel d'offres afin de se doter d'une solution intégrée d'aide à la décision, véritable système d'information géographique incluant des outils d'analyse cartographique et des données spatiales, économiques, socio-démographiques et comportementales à jour, pour optimiser le développement de son réseau.

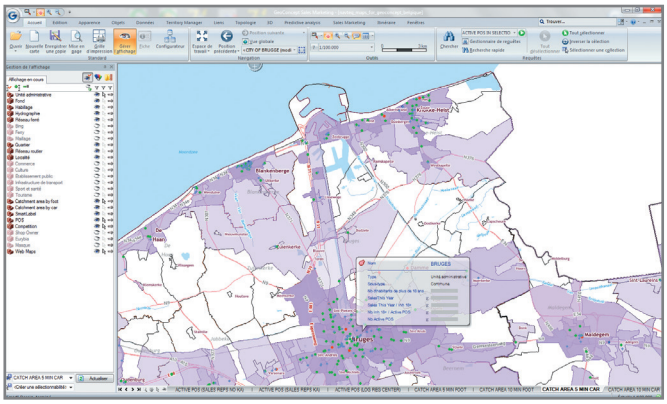
La réponse adaptée de GEOCONCEPT : une solution complète et personnalisée d'optimisation cartographique

GEOCONCEPT remporte l'appel d'offres en 2011 avec un dispositif d'optimisation cartographique évolutif, qui comprend les solutions suivantes :

- ***Geoconcept Sales & Marketing,*** solution dédiée au géomarketing permettant la création de scénarios dynamiques et la génération automatique de rapports
- ***Geoconcept Enterprise Server,*** console d'administration du dispositif
- ***Geoconcept Universal Geocoder,*** solution de géocodage
- ***Predictive Decision Maker,*** module de datamining spatial et d'analyse prédictive
- ***Les données cartographiques à la rue et les données du recensement au niveau des quartiers***

« Outre la qualité du relationnel avec GEOCONCEPT et leur parfaite compréhension des contraintes de notre marché (GEOCONCEPT équipe par ailleurs La Française des Jeux), nous avons été particulièrement séduits par le caractère évolutif de la solution proposée. Le noyau du dispositif permet en effet d'ajouter de nouveaux modules à mesure que nous perfectionnons notre utilisation du géomarketing », commente Arnaud Hermesse, Director Sales de la Loterie Nationale.

Opérationnelle dès 2012, la solution Geoconcept est mise à disposition de l'équipe commerciale au siège social, des responsables des bureaux régionaux (la société compte 8 bureaux régionaux en plus du siège à Bruxelles), de leurs adjoints, ainsi que des commerciaux rattachés à ces bureaux. Fin 2012, une version simplifiée est également développée avec une interface épurée afin de permettre aux utilisateurs occasionnels de naviguer facilement au sein de l'outil. Tous les utilisateurs accèdent ainsi à un référentiel cartographique commun dont les données sont centralisées et mises à jour chaque semaine.



La Loterie Nationale belge développe une véritable intelligence commerciale

Depuis la mise en œuvre de GEOCONCEPT, La Loterie Nationale belge passe rapidement à la vitesse supérieure pour sa stratégie de développement commercial. Véritable solution intégrée d'aide à la décision, le SIG Geoconcept permet en effet d'affiner les analyses avec une précision au segment de rue, avec à la clé une professionnalisation de ses différentes missions :

- **de prospection commerciale :** une visualisation claire du patrimoine et un calcul précis du potentiel de développement permet d'établir une stratégie de prospection ciblée
- **d'implantation de points de vente : l**a décision d'implantation peut s'appuyer sur des analyses fiables mettant en avant le potentiel des zones de chalandise et les risques de cannibalisation entre les points de vente
- **d'analyse des performances des jeux et des points de vente :** le réseau étant très dynamique, il est important de réévaluer régulièrement les performances des points de vente et leurs impacts sur les points de vente environnants, grâce à la surveillance d'indicateurs précis.

« Les utilisateurs apprécient les performances de cet outil (et la précision des données intégrées), adapté à leurs usages, qu'il s'agisse de consulter des cartes sur PC ou tablette, de réaliser des analyses thématiques ou d'éditer des rapports clairs. Le géomarketing nous aide considérablement dans notre processus de prise de décision », explique Pierre Christopanos, Geomarketing Adviser.

La solution Geoconcept a d'ailleurs permis à la Loterie Nationale de prendre position sur un nouveau segment de marché en 2013 : **les paris sportifs.** Les bureaux de presse étant selon la législation belge les seuls commerces pouvant proposer cette activité, la Loterie Nationale a pu établir un maillage du territoire belge sur ce nouveau jeu pour prospecter efficacement les potentiels bureaux de presse à affilier.

Les perspectives d'évolution ne s'arrêtent pas là. Outre l'intégration prochaine des informations calculées par la cellule géomarketing au sein d'un CRM complet, la Loterie Nationale belge vient également de compléter la solution en place avec le module ***Geoconcept Territory Manager,*** afin d'optimiser la **sectorisation commerciale** en répartissant équitablement les territoires de vente en fonction de leur potentiel de développement tout en créant de nouveaux secteurs.