



Leader Européen de la Fidélisation en Ligne

Accélération commerciale au Maroc Lancement de six programmes de fidélisation par 2WLS

Paris, le 8 février 2010

MAXIMILES (Alternext, ALMAX) leader européen de la fidélisation sur Internet annonce le lancement de 6 programmes de fidélisation par 2WLS, filiale de Maximiles au Maroc. Ces succès commerciaux témoignent de la nouvelle étape franchie par 2WLS dans son développement, depuis la prise de participation de Maximiles en juillet 2009.

K+ : lancement du programme de fidélisation de l'enseigne Kitea, leader de la vente de meubles en Kit

2WLS opère depuis novembre 2009 le programme « K+ ». Les porteurs de la carte Kitea cumulent des points leur donnant droits ensuite à des chèques cadeaux.

L'équipement de clients Kitea en carte de fidélité K+ est prévu à 50 000 cartes pour l'année 2009 et 50 000 de plus en 2010.

Kitea compte au total une cinquantaine de points de vente à travers ses différentes enseignes (Kitéa, Kshop pour les accessoires de maisons et Kmédia pour l'électroménager).

Atlas Voyages : Programme de fidélité pour les voyageurs

2WLS met un pied dans le domaine du tourisme en signant au second semestre 2009 avec la plus grande agence marocaine de voyages un contrat portant sur le conseil, la mise en place et la gestion d'un programme de fidélité destiné à ses clients finaux.

L'objectif pour Atlas Voyages est de mettre en place un système d'avantages et de récompenses de ses meilleurs clients. Atlas Voyages compte 13 agences réparties dans tout le Maroc et s'appuie également sur un site de vente en ligne et un centre de contacts très performants.

Un programme multi enseignes pour Le comptoir de l'électroménager & l'enseigne Atlas spécialisée dans l'ameublement

2WLS s'allie avec le Comptoir Métallurgique Marocain pour le lancement d'un programme de fidélité multi-enseignes. Ce programme, dont le lancement est prévu au premier trimestre 2010, regroupe d'ores et déjà les enseignes :

- Le comptoir de l'électroménager, leader spécialisé dans la distribution d'électroménager au Maroc (20 points de vente), et
- Atlas, spécialiste français de l'ameublement qui met un pied au Maroc.

Patyka : Lancement d'un programme de fidélisation « BIO HOME »

Patyka est une marque de vente en direct de produits cosmétiques BIO haut de gamme. Il s'agit d'un programme lancé en Novembre 2009.

2WLS a mis en place un système de fidélité se basant sur trois types de cartes : la carte « BIO Premium », « BIO Privilège » et « BIO select », le gain étant différencié en fonction du segment.

Diagone : Lancement du programme de fidélité « EMERAUDE »

Diagone est un grossiste et revendeur des produits Apple. Le programme de 2WLS permet de récompenser la clientèle de particuliers de Diagone et de faire un focus sur les utilisateurs de produits Apple afin de les fidéliser et de pouvoir tisser un lien étroit avec eux.

Ailes : Un programme de fidélisation basé sur le Cash Back

Lancé en 2009, Ailes est un programme de fidélisation off-line dédié aux femmes clientes de la Banque Centrale Populaire et basé sur le cash back. Le programme Ailes récompensera les achats des clientes porteuses de cartes VISA Ailes (15.000 à ce jour) dans un réseau de marchands multi-enseignes : remises en cash back (5 à 10%), offres exceptionnelles...

Ainsi, depuis la prise de participation de Maximiles en juillet 2009, 2WLS renforce sa position de leader sur le marché marocain avec la multiplication des programmes.

« L'accélération de notre développement valide notre stratégie de rapprochement avec Maximiles. Sur un marché à très fort potentiel, nous travaillons intensément à la construction d'une offre performante et parfaitement adaptée aux besoins de nos clients. L'accompagnement de Maximiles, en six mois, a été déterminant dans cette évolution et prouve que nous avons encore un énorme potentiel commercial à transformer » se réjouit Hicham Amadi, PDG de 2WLS.

« Ces différentes signatures résultent de tout le potentiel commercial exploité par 2WLS renforcé par la collaboration de nos équipes, en termes de process et de réponses aux appels d'offres. La conjugaison de l'expérience de Maximiles et des contacts commerciaux de 2WLS sont très positifs pour l'avenir. » déclare Marc Bidou, PDG de Maximiles.

A propos de MAXIMILES

Créé en 1999, MAXIMILES s'est imposé comme le leader européen de la fidélisation sur internet.

La société opère les programmes de fidélité multi-enseignes sur Internet Maximiles.com en France, Espagne, Italie, et Ipoints.co.uk en Angleterre. Ces programmes représentent 6,3 millions de membres et plus de 110 sites marchands partenaires. En 2008, Maximiles a réalisé un chiffre d'affaires de 16,48 millions d'euros. Le groupe a lancé récemment le programme de cashback sur internet Fabuleos. Le département Maximiles Business opère des programmes de fidélité ou de relation client à destination de grands comptes comme U.G.C., Bred, Hôtels B&B, Groupe Banque Populaire, Actual Interim, Onmedica.... La société a développé et breveté la technologie Dateos Membership System qui est la plateforme des programmes affinitaires gérés en nom propre et pour compte de tiers. MAXIMILES est coté sur Alternext d'Euronext Paris, et a reçu le label OSEO-ANVAR d'entreprise innovante.

Code ISIN FR 0004174233 - Code MNEMO. ALMAX

A propos de 2WLS

Créé en 2005, 2WLS est créateur de programmes de fidélisation, consistant à fournir des services de fidélisation et marketing pour une relation client gratifiante et profitable.

En 2008, 2WLS a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 300 K€. L'intégralité des programmes est opérée par 2WLS sous marque blanche.

2WLS est la troisième entreprise au Maroc certifiée en ISO 27001. La certification a été fournie par le cabinet Bureau Veritas.

www.maximiles.com/finance

Contacts

MAXIMILES

Marc BIDOU - Président Directeur Général
Tél. : 01 44 88 60 30
m.bidou@maximiles.com

ACTIFIN

Nicolas MEUNIER
Anaïs de SCITIVAUX
Tél. : 01 56 88 11 11
nmeunier@actifin.fr
adescitivaux@actifin.fr