Accorhotels : le rachat de la conciergerie John Paul est finalisé

Le groupe hôtelier ajoute un élément "luxe" à sa palette de services. John Paul est leader mondial des services de fidélisation et conciergerie. Fort de 1.000 collaborateurs, la société de conciergerie réalise 70 M$ de chiffres d'affaires consolidé.

Annoncé en juillet dernier, le rachat de la société John Paul par Accorhotels a été finalisé la semaine dernière au terme d'une opération menée par la banque d'affaires Cambon Partners.
Si le montant de la transaction n'a pas été dévoilé, l'entreprise est valorisée à hauteur de 150 M$. John Paul est une société de conciergerie créée en 2007 à Paris. Opérant principalement en marque blanche, elle intervient auprès de marques désireuses de fidéliser leurs meilleurs clients comme d'entreprises souhaitant fidéliser leurs meilleurs collaborateurs. Et ce, dans les secteurs de la finance, de l'automobile, du voyage, de la santé, de l'industrie pharmaceutique, du luxe, etc.

Leader mondial. En 2015, John Paul a fusionné avec l'entreprise américaine LesConcierges devenant le leader mondial des services de fidélisation. Avec plus de 1.000 collaborateurs sur les cinq continents, l'entreprise traite plus d'un million de requêtes par an et réalise un chiffre d'affaires consolidé de 70 millions de dollars. L'objectif 2017 a été fixé à 150 M$ pour un marché de la fidélisation estimé à plus de 30 Mds$ indiquait John Paul en début d'année.

La société vient de franchir un nouveau palier avec le rachat par Accorhotels. "*Nous arrivons à un tournant de notre histoire et nous avons besoin du soutien d'un puissant leader pour opérer un nouveau changement de dimension"* a déclaré dans un communiqué David Amsellem, président de John Paul.

Technologie axée big data. En parallèle de ses concierges disponibles 24 heures sur 24 et de son réseau de plus de 50.000 partenaires (restaurants, salles de spectacles, location de voitures...) dans plus de 50 pays, John Paul s'est doté d'un puissant logiciel de CRM et d'une plateforme de gestion de datas intégrant le profilage comportemental et la personnalisation à 360 degrés.

Une technologie qui intéresse le groupe Accorhotels : *"Nous allons ainsi poursuivre la consolidation de notre relation client (...) grâce à un meilleur profilage, à partir d'informations identifiées en dehors de la sphère hôtelière, et [à travers] un enrichissement de notre CRM avec des données affinitaires"* a commenté Sébastien Bazin, PDG d'Accorhotels dans un communiqué.

mercredi 23 novembre 2016 (11h17)
Article lu 1792 fois