



# Plus rien n'arrête EmCan, le nouveau programme de fidélité conçu par SiaXperience qui renouvelle le genre.

## Communiqué de presse

05/11/2023

**SiaXperience a accompagné Emarat, acteur pétrolier majeur aux Emirats Arabes Unis, dans la construction et le déploiement de son nouveau programme de fidélité, EmCan.**

Lancée le 26 Avril au Musée du Futur à Dubai, la nouvelle marque a déjà su séduire son public notamment grâce à une campagne émotionnelle et une application simple et intuitive. **Quelques mois seulement après son lancement, EmCan a déjà franchi un cap historique et compte plus de 200 000 inscrits.**

Client historique de Sia Partners au Moyen-

Orient, la célèbre compagnie pétrolière implantée aux Emirats depuis 1981, Emarat, a mandaté en 2022 le groupe Sia Partners pour concevoir et déployer son nouveau programme de fidélité. Pour mener à bien ce projet d'envergure dans des délais records, Sia Partners a construit une équipe pluridisciplinaire qui s'appuie sur trois pôles d'expertises : l'accompagnement au changement interne, le développement d'une architecture technologique et digitale pour porter le programme (app, website, CRM) et le pilotage marketing du programme. À l'initiation du projet, Emarat disposait d'une

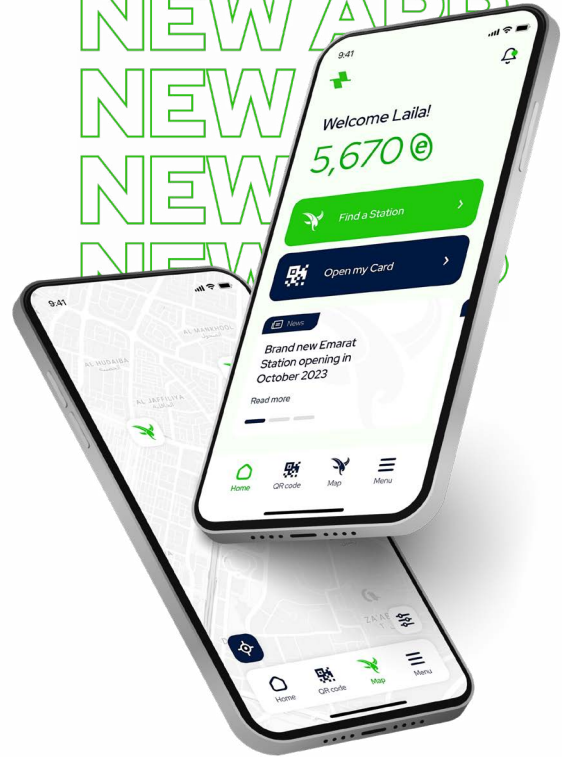
direction marketing embryonnaire, l'enjeu de la mission portait donc également sur la construction du dispositif et des ressources marketing en interne.

**Regroupant une combinaison d'expertises digitales, stratégiques, en conseil opérationnel, créatives et technologiques, les équipes SiaXperience ont été positionnées en lead sur le développement de l'application mobile, du site, ainsi que sur la construction de la marque et son lancement opérationnel.**

En seulement 10 mois, les équipes ont développé le projet de A à Z : nom et identité du programme, parcours utilisateurs, UI design, développement de l'app de gestion de la fidélité et du site web, intégration du CRM Salesforce (en particulier des clouds Marketing, Loyalty et CRM), conception et production de la campagne de lancement, planification et pilotage média digital, contenu éditorial, campagnes de marketing relationnel.

Lancé lors d'un événement d'envergure à

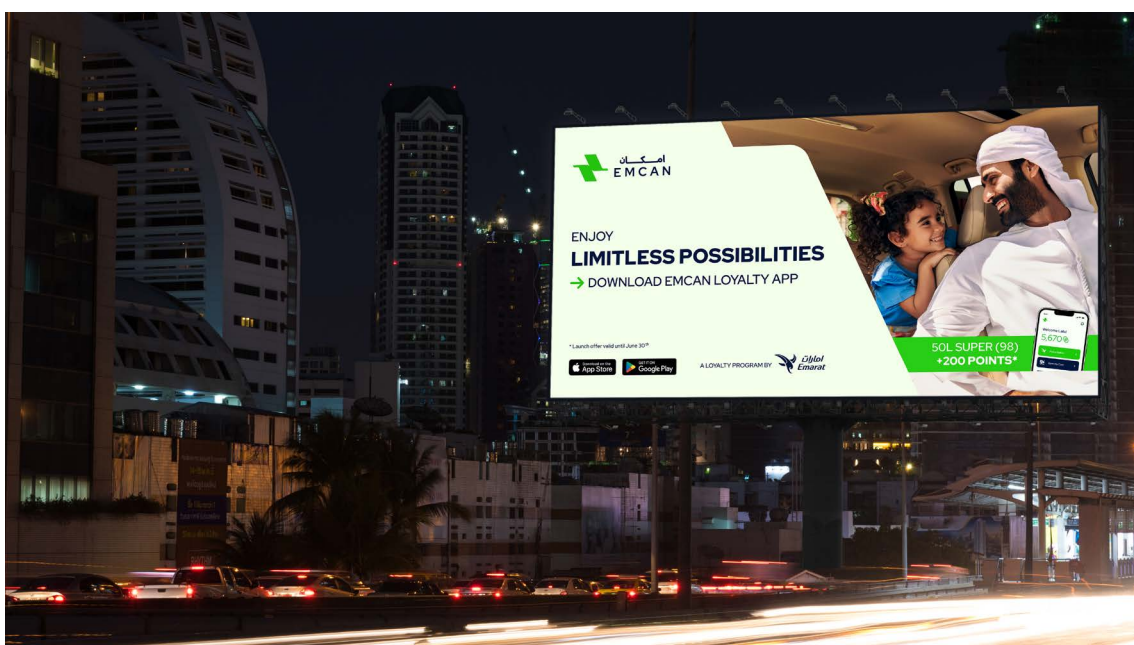
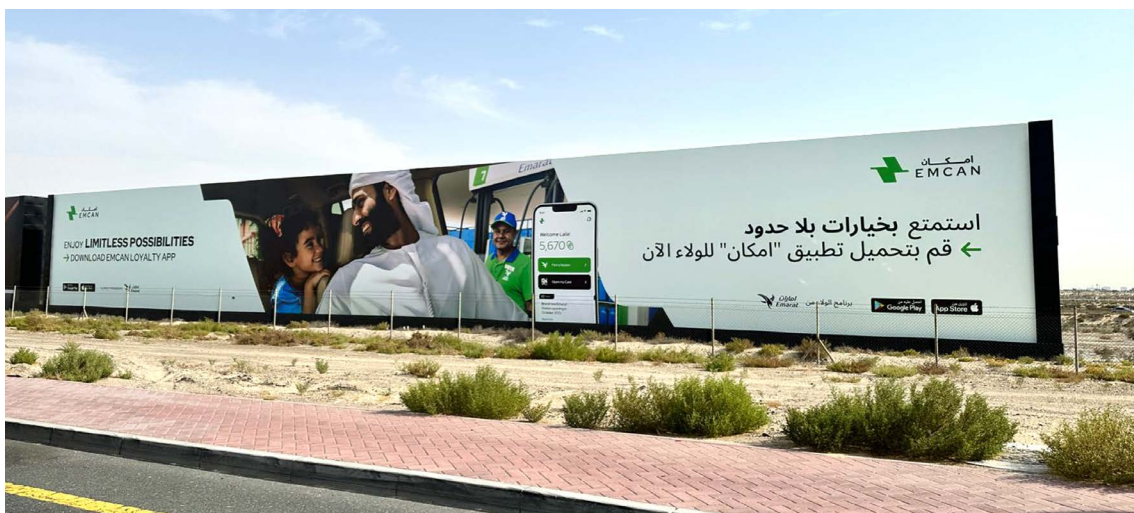
NEW APP  
NEW APP  
NEW  
NEW  
NEW  
NEW



l'icône Museum of the Future à Dubai, **le programme EmCan a rencontré en 4 mois un succès fulgurant : plus de 200 000 inscrits au programme, 380 millions de points collectés et 80 millions de points dépensés.**

**"Limitless possibilities"**, la tagline imaginée





par SiaXperience pour valoriser le programme EmCan, tiendrait donc ses promesses. Et pour cause, pour accompagner le lancement, un dispositif innovant a évenementialisé la sortie.

En simultané de l'évènement, EmCan a été révélé sur les réseaux sociaux et en stations-services. Le parcours client a été totalement repensé pour offrir une expérience immersive avec EmCan invitant à découvrir et rejoindre le nouveau programme de fidélité.

Une campagne de lancement a également été diffusée sur des billboards géants à Dubai et dans une campagne digitale. Incarnant les valeurs de générosité et d'optimisme, la campagne met en avant l'histoire d'un voyage, celui d'un père et sa fille, et valorise de manière simple et émotionnelle comment EmCan vient ponctuer et récompenser chacune des étapes de ce road trip, en invitant à vivre des expériences fructueuses et sans limite.

→ Découvrez le film de marque