



**Booster le ré-achat grâce à la
personnalisation de ses
campagnes sur le wallet mobile**



A propos de écomiam



Fondé en **2009**



Un des **leaders dans la distribution de produits surgelés** en France



100% des produits surgelés **d'origine France**



65 magasins



Côté en bourse depuis 2020



40,4M€ de CA annuel 2022/23



A propos de écomiam

Une fidélité récompensée

Commercialisation d'une carte de fidélité « Coup de pouce » :

- 👉 **Avantages** : Jusqu'à 20% de cagnottage
- 👉 **Parrainage** : crédite le cagnottage du filleul sur la cagnotte du parrain lors de chaque passage
- 👉 **Expérience** : événements culinaires privés
- 👉 **Anniversaire** : 1 cadeau offert le mois de la création de la carte

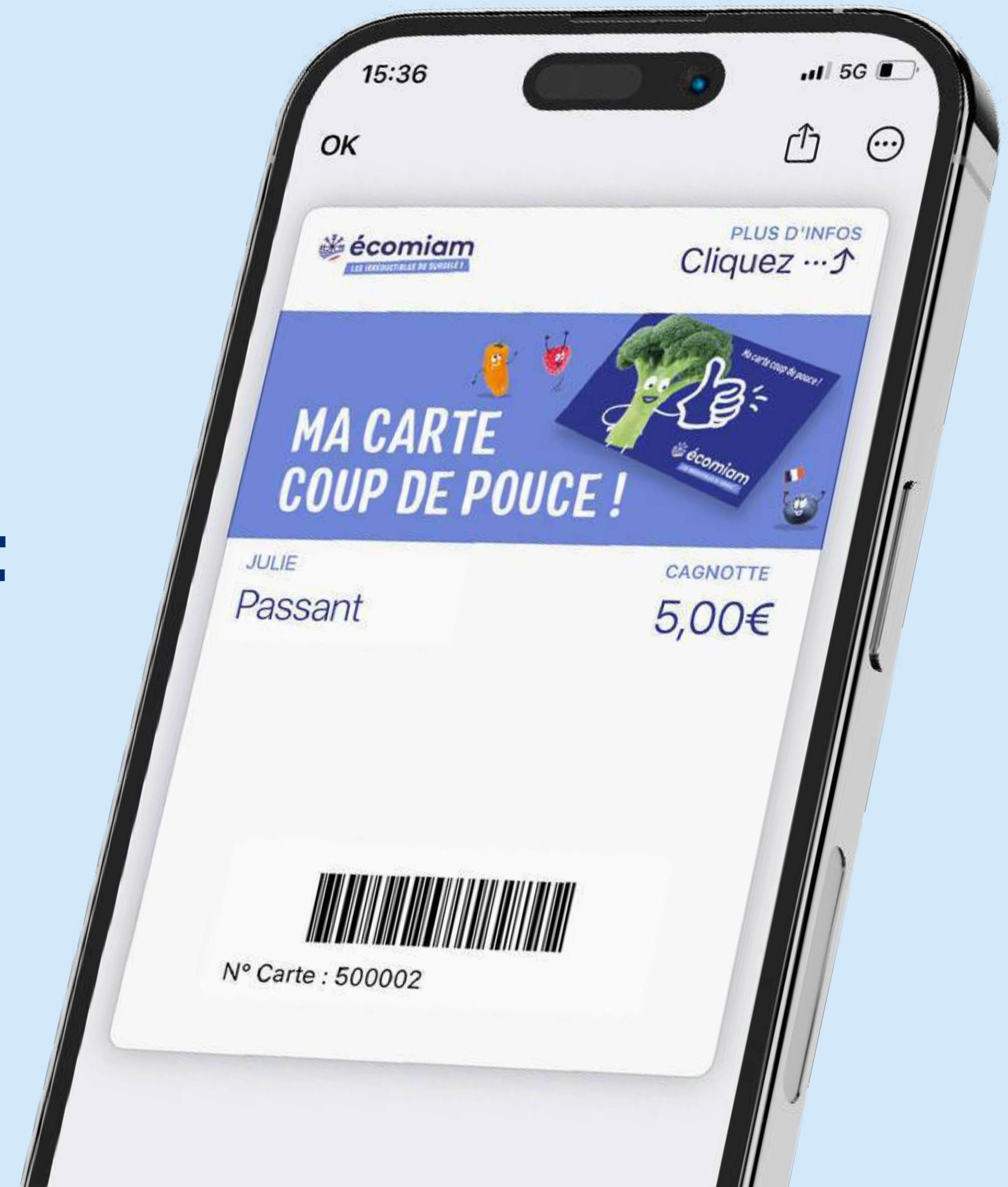


Résultats :

250.000 porteurs à date

La très grande majorité du chiffre d'affaires est réalisé par les adhérents à la carte de fidélité

La carte de fidélité
« coup de pouce »
dématérialisée sur le wallet



Le point de départ

« Nous avons une forte demande de la part de nos clients d'avoir une carte de fidélité digitale et non physique. D'où la naissance de nos échanges avec Captain Wallet. Nous avons ensuite très rapidement vu la richesse que pouvait apporter le wallet. »



Guillaume Le Coq - Responsable CRM & Fidélisation chez écomiam

Les objectifs avec le wallet

Compléter les canaux traditionnels, notamment le SMS pour limiter les coûts

Relayer efficacement les avantages aux clients fidèles tout au long de l'année

Proposer une expérience client enrichie

Augmenter la valeur client en incitant le ré-achat

**Comment écomiam
utilise le wallet mobile** 



Comment ça marche ?



AJOUTER

La marque propose à ses clients d'ajouter la carte de fidélité dans son mobile, et ce depuis n'importe quel point de contact (online/offline)



NOTIFIER

La marque peut envoyer des notifications push personnalisées, automatiques et/ou géolocalisées à sa base clients



RECIBLER

La marque met à jour et anime sa carte wallet selon ses temps forts, actualités, événements ...



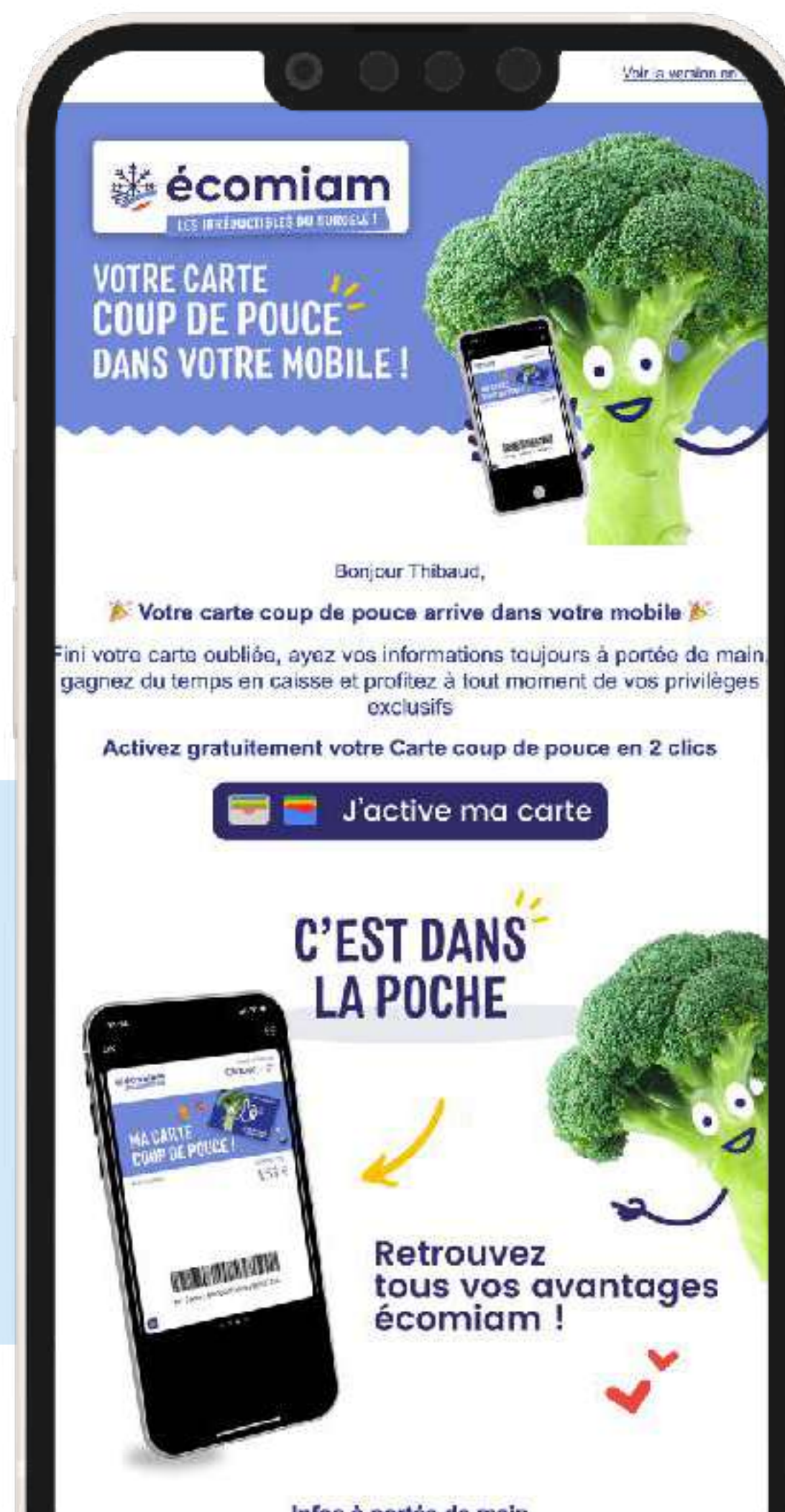
Etape 1^{!!!}

**La « walletisation »
de la base clients**

1. écomiam « wallétise » ses clients via différents points de contact

Présentation des points de contact utilisés

L'enjeu ici est de taille : amener le dispositif auprès des clients de la meilleure des façons, en capitalisant sur les points de contacts divers de la marque

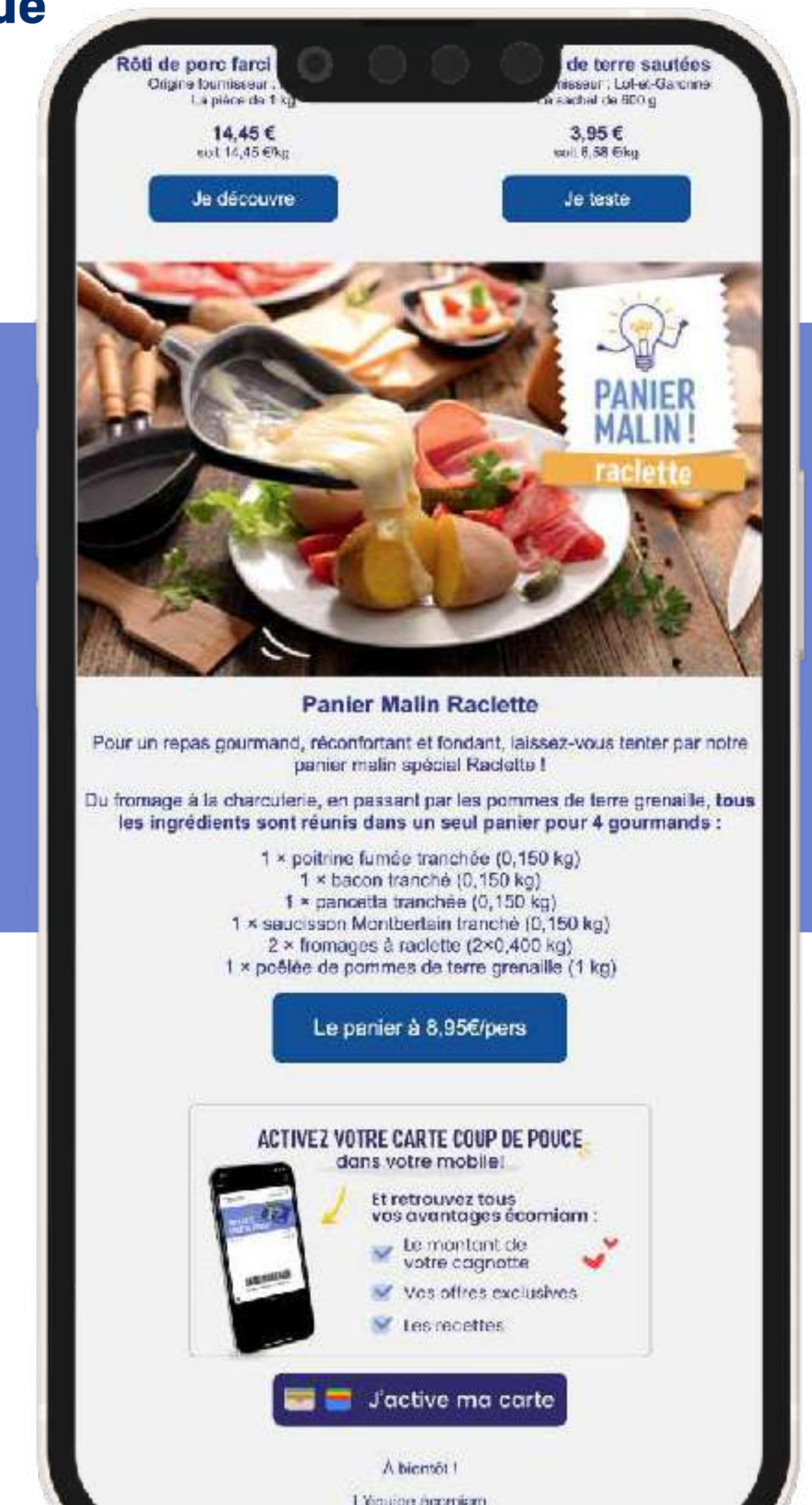


Email dédié

Cet email se focalise uniquement sur le wallet. C'est le « b.a-ba » pour recruter et présenter le dispositif et ses avantages aux clients.

Newsletter

Un encart dans la newsletter, et hop ! écomiam peut ainsi recruter tout au long de l'année ses abonnés sur le wallet et profiter des envois réguliers de la newsletter.



1. écomiam « wallétise » ses clients via différents points de contact

Présentation des points de contact utilisés



Email transactionnel

Et pourquoi ne pas intégrer un encart dans les confirmations de commande ? écomiam profite des achats en ligne pour pousser à ses clients le wallet.

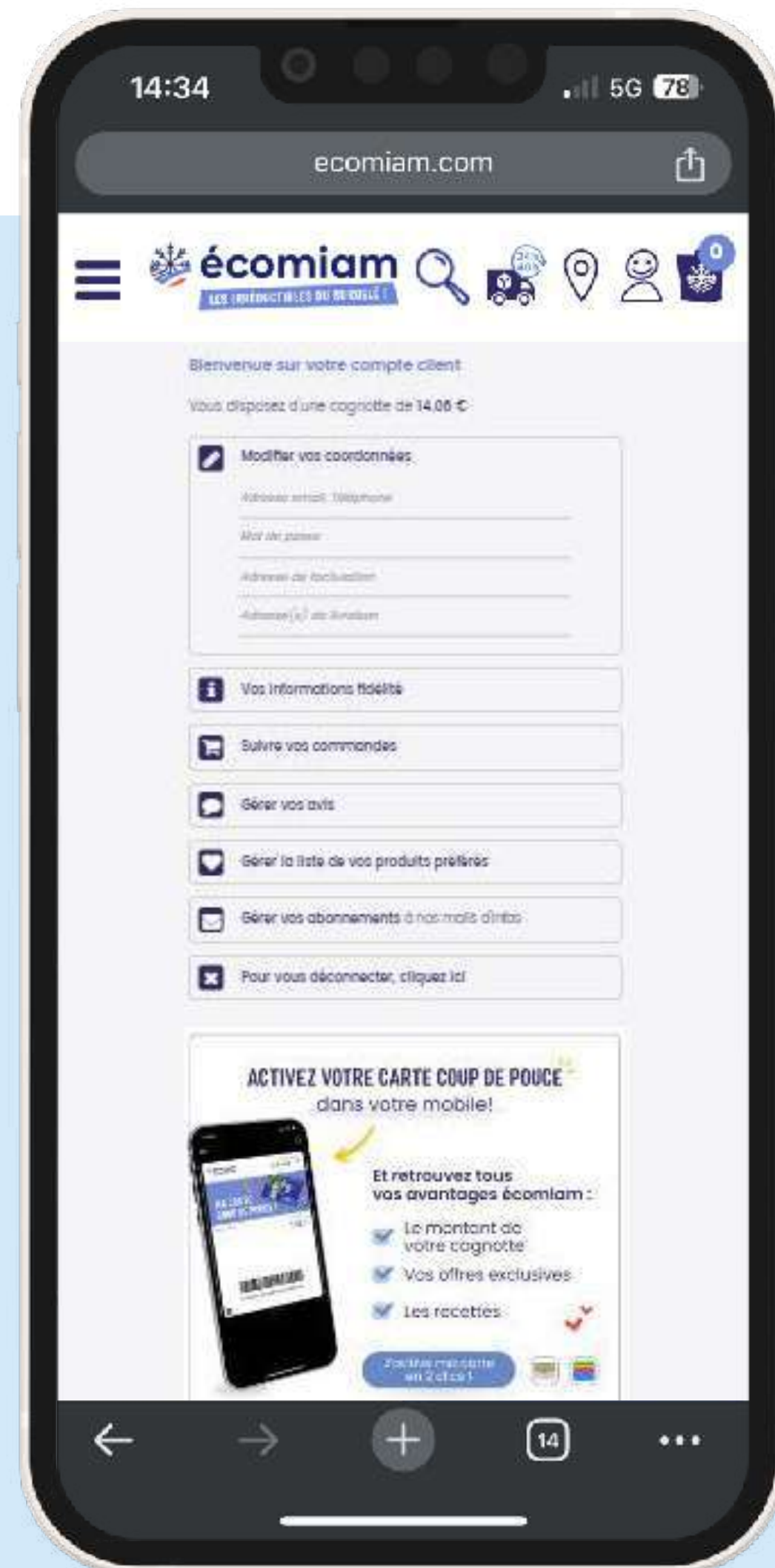
Email trigger

Ce type d'email a un fort taux d'ouverture faisant echo au cycle de vie du client. La mise en avant du wallet est alors très pertinente. Ici, écomiam explique comment intégrer sa carte sur un mobile Android.



1. écomiam « wallétise » ses clients via différents points de contact

Présentation des points de contact utilisés



Site web via l'espace client

écomiam recrute également ses clients sur le wallet depuis son site, dans l'espace client. Là encore, un espace pertinent pour montrer au client la praticité de ce dispositif pour retrouver toutes ses données de fidélité

Bon à savoir

il est important de vendre le wallet comme un service qui possède de nombreux avantages. Aucun complexe à avoir donc pour l'intégrer partout. L'imagination est donc sans fin !

1. écomiam « wallétise » ses clients via différents points de contact

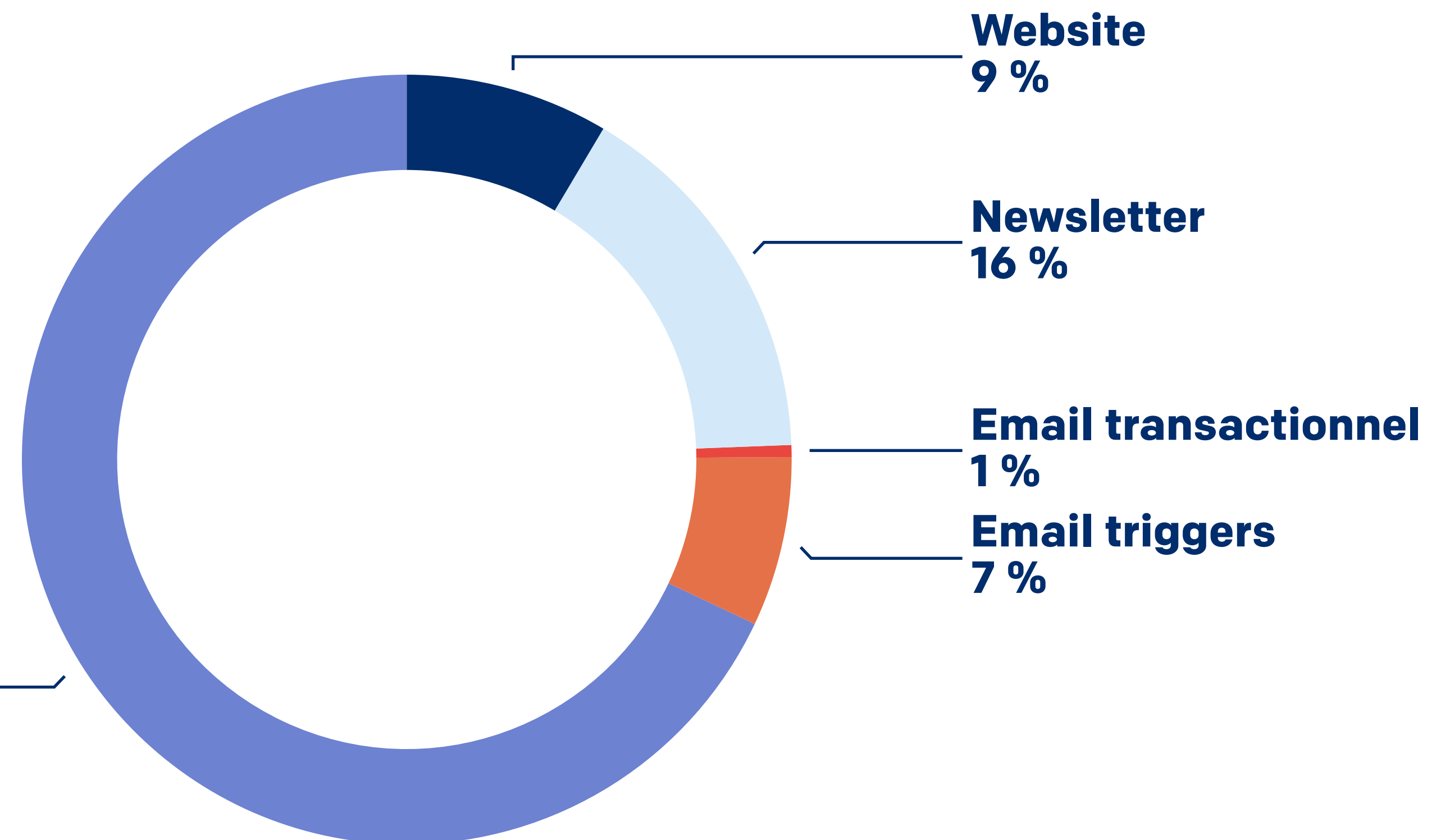
Répartition de l'encartement des clients par point de contact

Bon à savoir

Il est important de proposer le wallet dans des mails envoyés régulièrement afin que le volume de clients « wallétisés » augmente en permanence.

Email dédiés
68 %

écomiam envoie **1 fois par mois** un email dédié, en excluant les personnes ayant été déjà exposées afin d'éviter l'effet spam.





Etape 2

**La carte de fidélité
est ajoutée dans le
wallet du client**

2. La carte de fidélité « coup de pouce » est ajoutée dans le wallet du client



Lien vers le verso

Bannière personnalisable

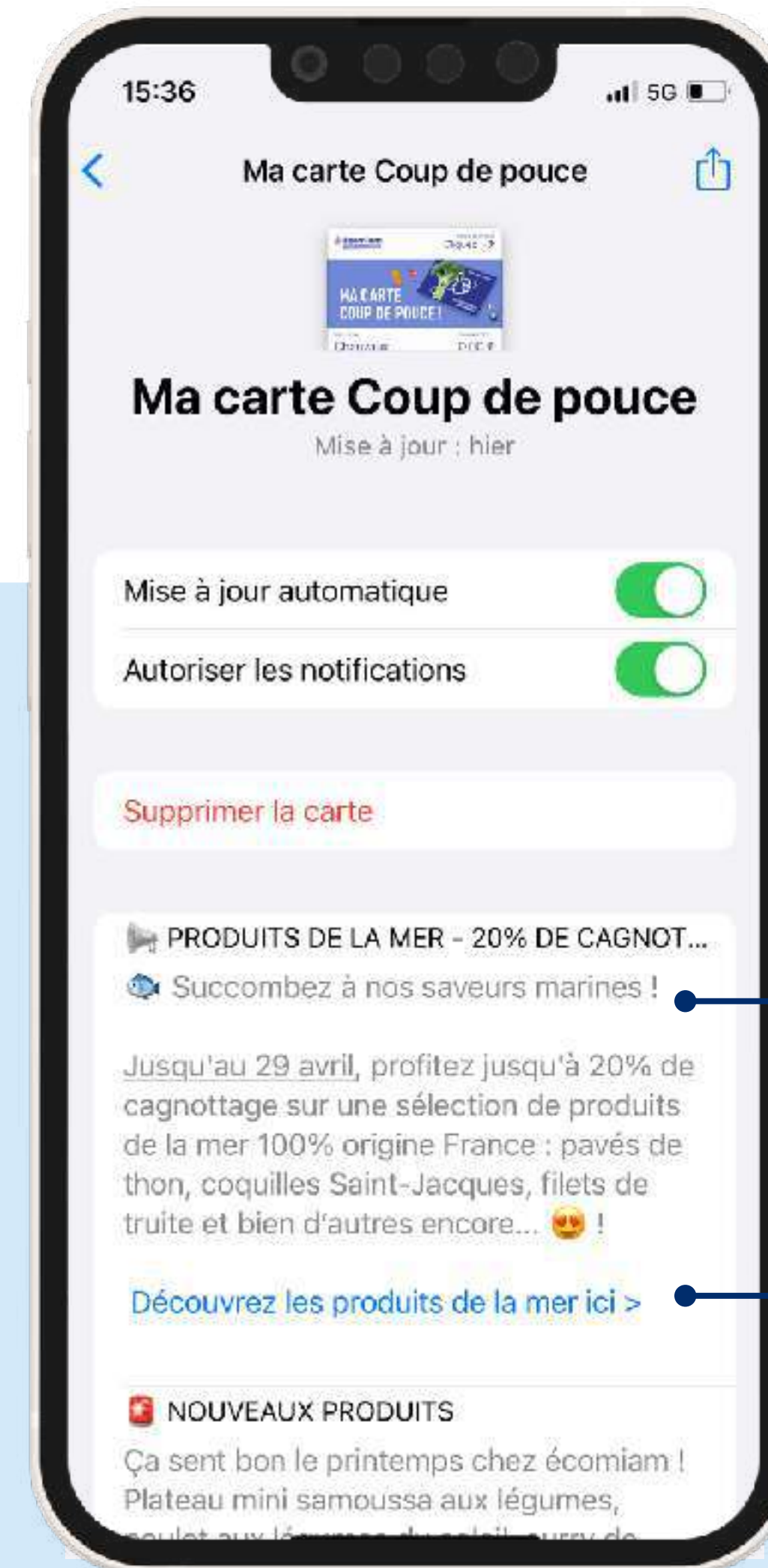
Prénom/nom du détenteur

Montant de la cagnotte
en temps réel

Scannable en caisse



Recto



Verso

Informations complémentaires
(programme de fidélité, offres du
moment, etc.)

Lien(s)

2. La carte de fidélité « coup de pouce » est ajoutée dans le wallet du client



Prénom/nom du détenteur

Montant de la cagnotte
en temps réel

Scannable en caisse

Bannière personnalisable



Recto



Verso

Informations complémentaires
(programme de fidélité, offres du
moment, etc.)

Lien(s)



Etape 3

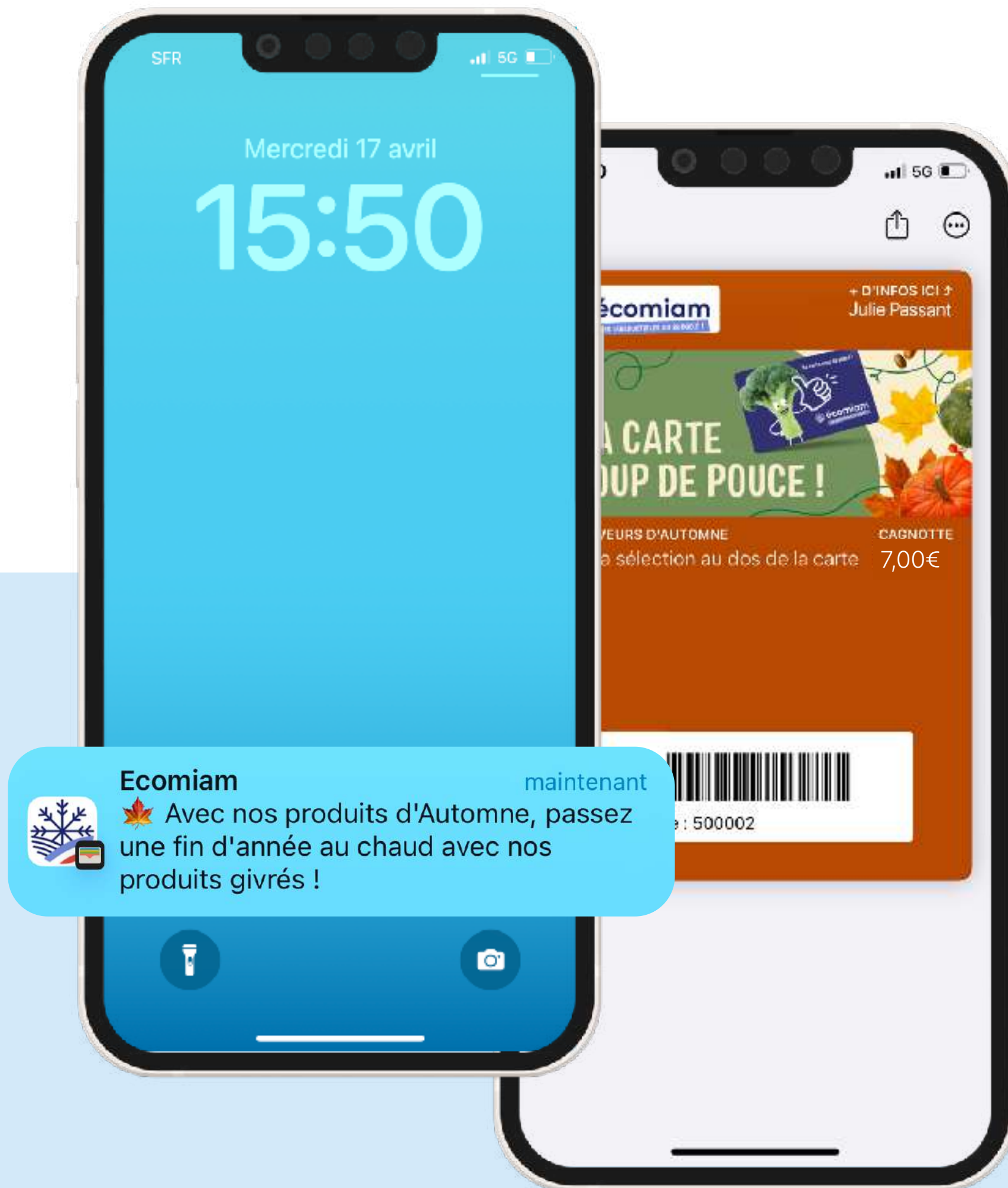
**écomiam anime sa
carte de fidélité
wallet**

3 : écomiam anime sa carte de fidélité wallet

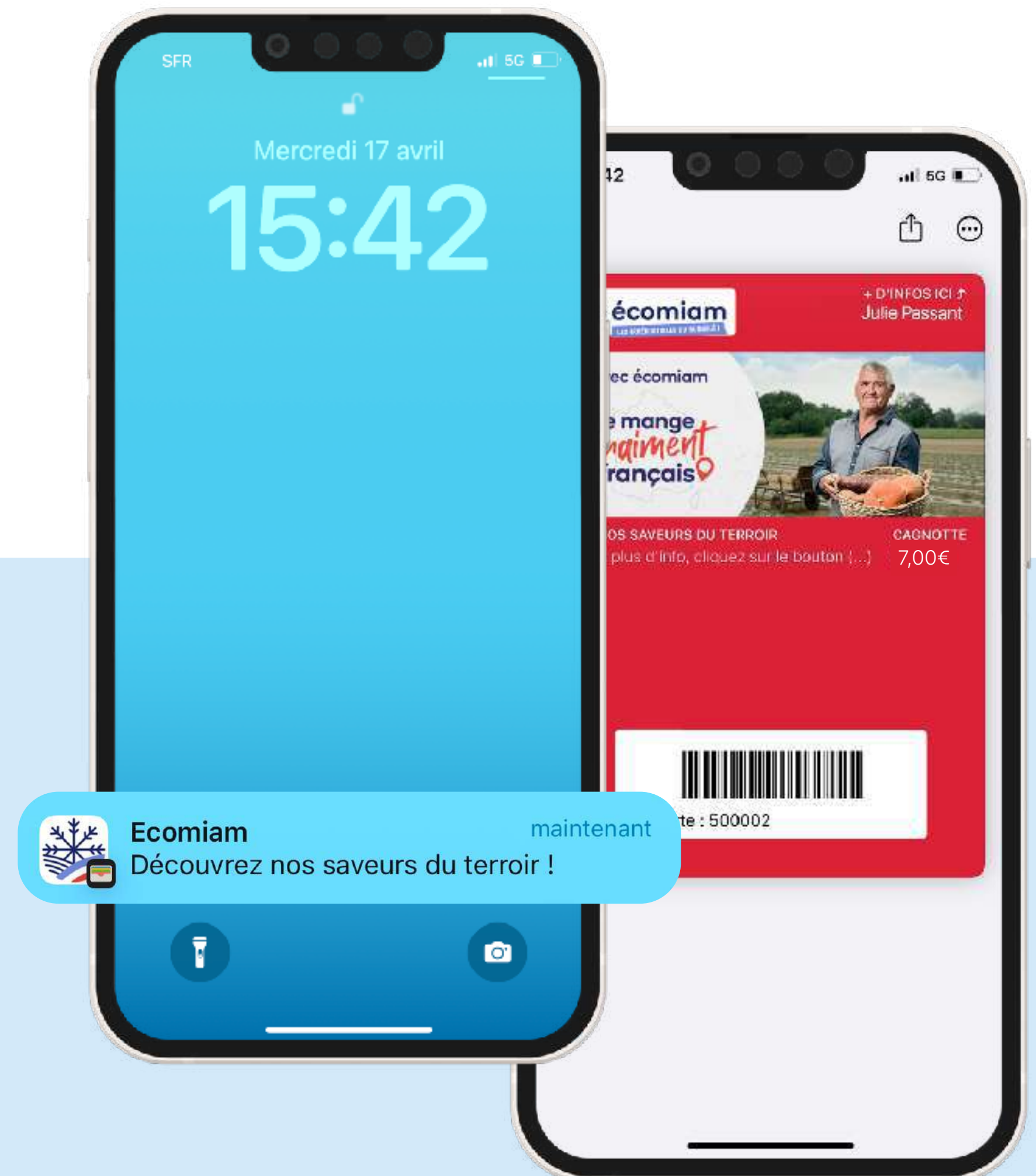
Selon les offres, grâce à des **notifications push commerciales**

écomiam met à jour le template de la carte wallet 1 fois / trimestre : en fonction des saisons ou d'une opération spécifique.

La marque envoie également des notifications push **1 fois / semaine**.



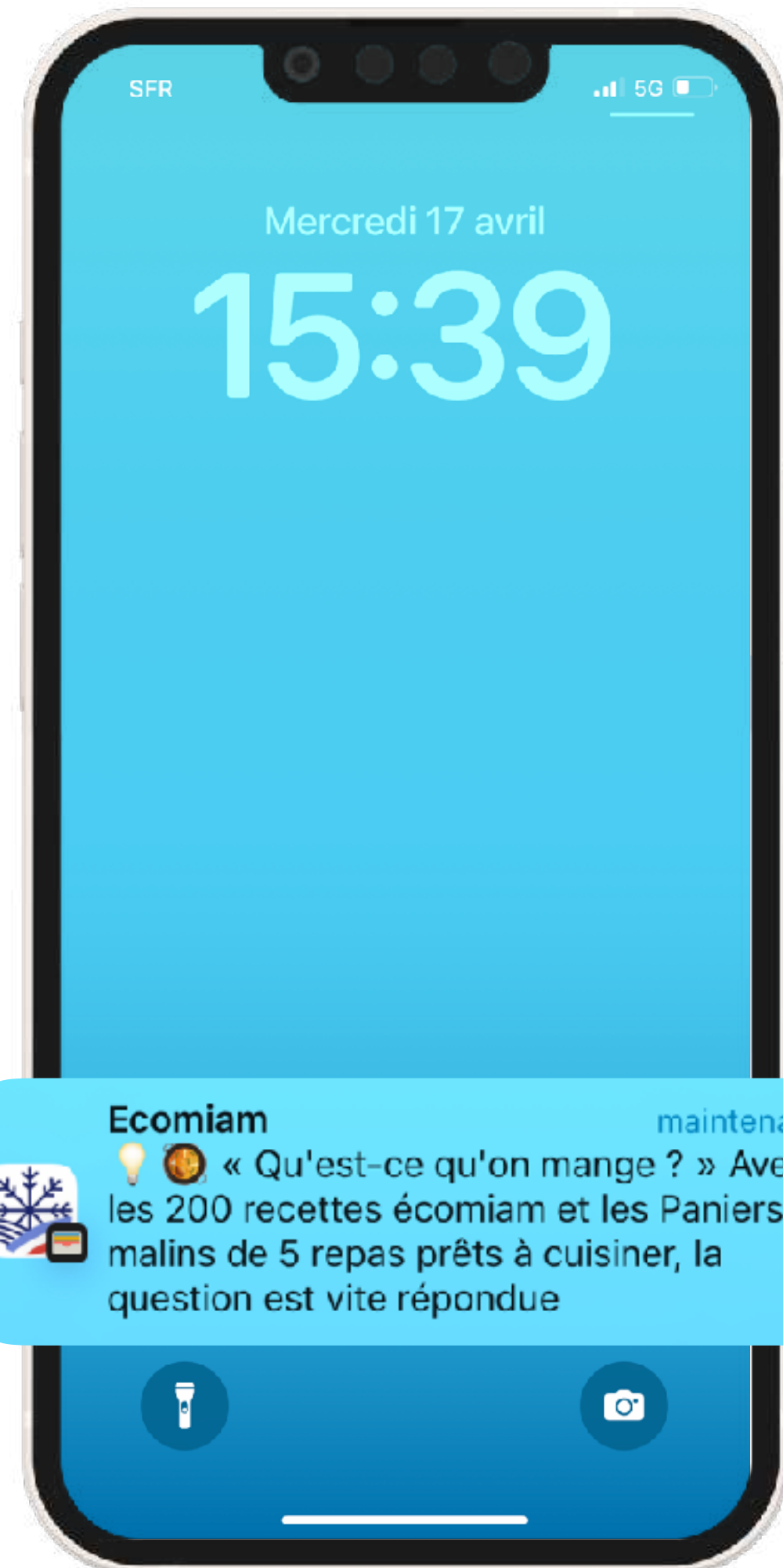
Mise en avant des produits d'Automne



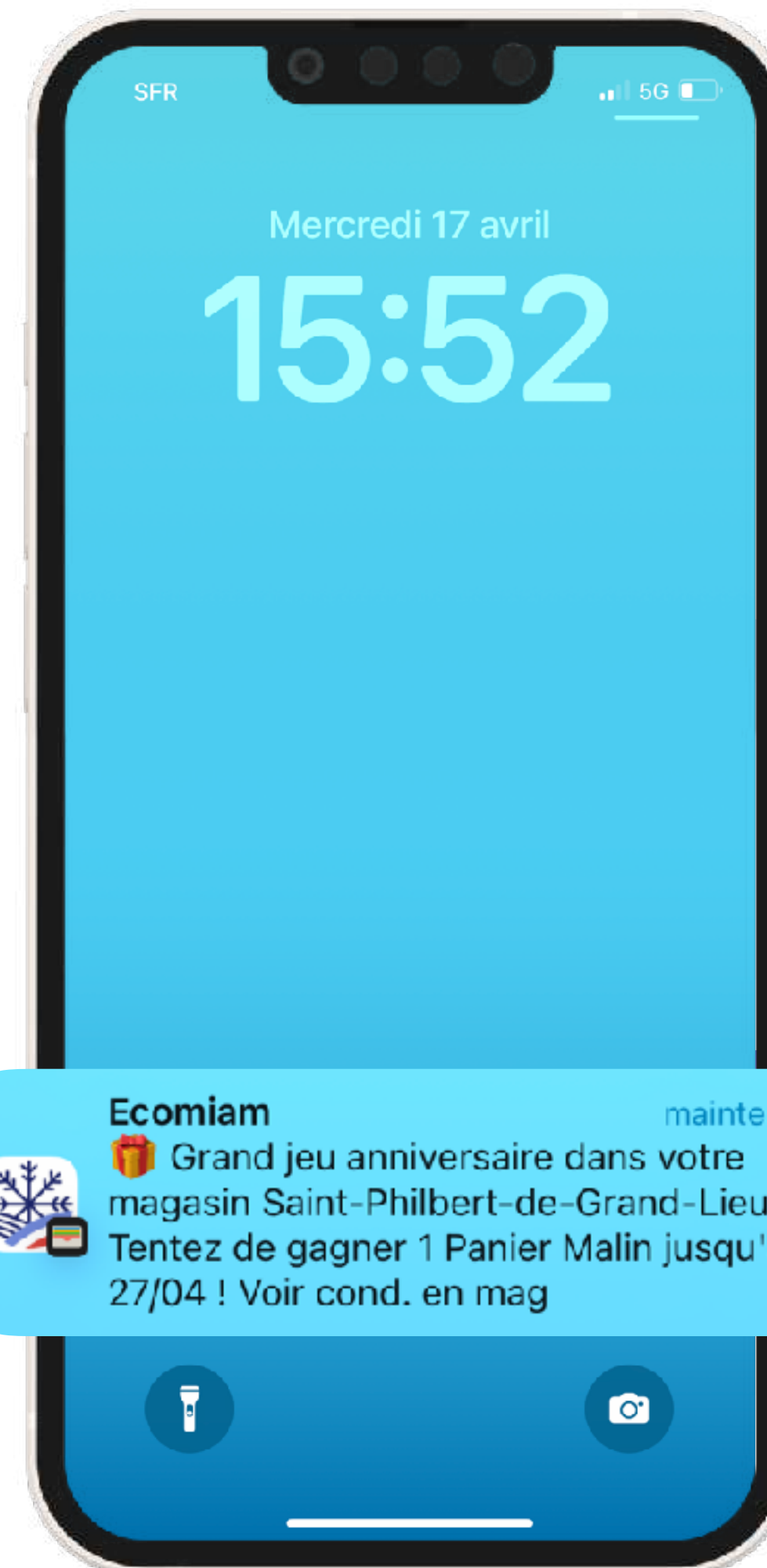
Mise en avant des produits du terroir

3 : écomiam anime sa carte de fidélité wallet

Selon les offres, grâce à des **notifications push marketing**



Notification marketing :
mise en avant de contenus
marketing



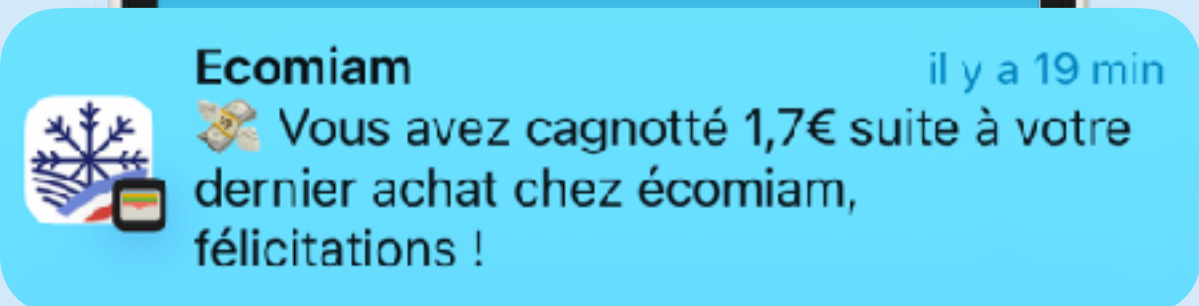
Notification liée au magasin :
envoyée selon le magasin de
référence du client

3 : écomiam anime sa carte de fidélité wallet

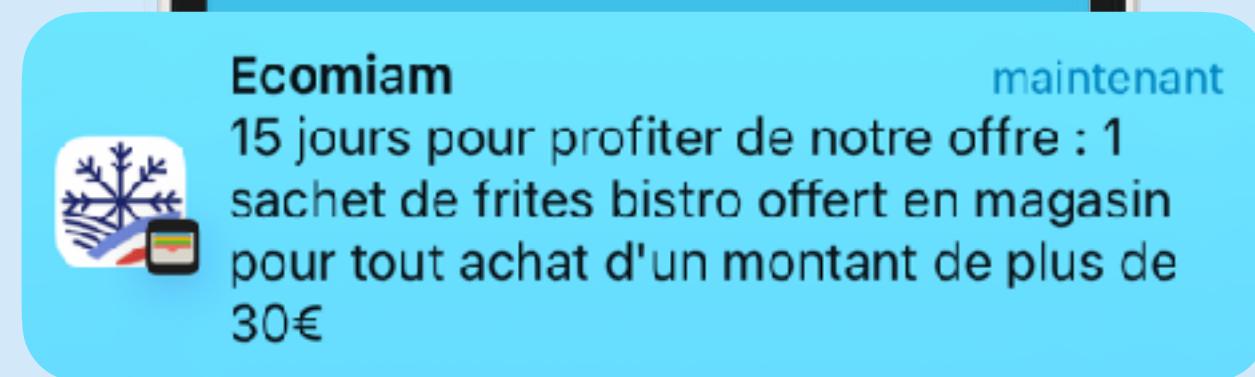
Selon le cycle de vie du client, grâce à des **notifications push personnalisées**

écomiam envoie ce type de notification seulement lorsque le client atteint certains paliers

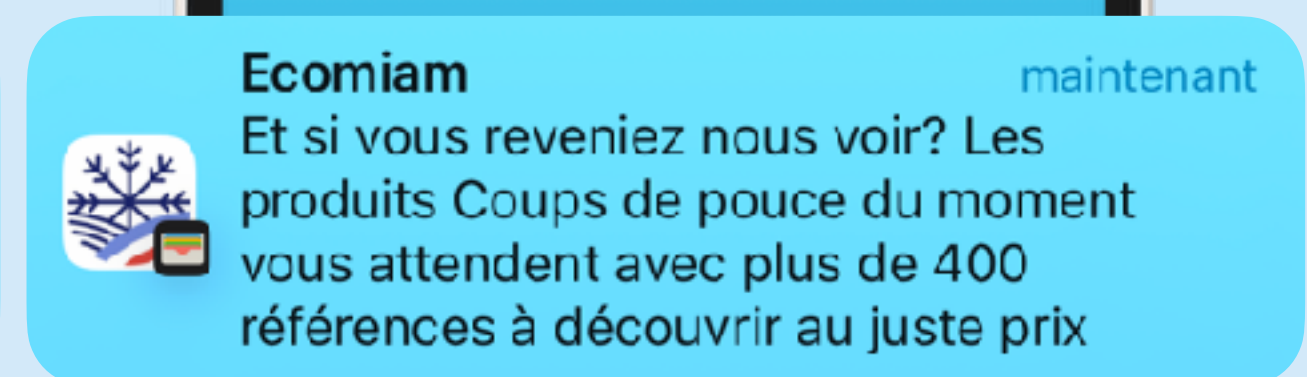
Notifications trigger envoyées par rapport à la segmentation de la base clients



Notification cagnotte :
post-achat



Notification réactivation : pour les **clients inactifs +6 mois**



Notification réactivation : pour les **clients occasionnels +3 mois**

Les résultats du wallet chez écomiam



Les résultats du wallet chez écomiam

N.B : la moyenne d'âge des clients écomiam est de 45/50 ans.
Comme quoi le wallet est adaptée pour toutes les générations !



20%

La base clients
« wallétisée » est plus
active*

12%

de la base clients
wallétisée en 1 an

En moyenne, une marque « wallétise »
10% de sa base clients en 1 an

98%

De taux de rétention de la
carte dans le wallet

+5%

du montant du panier d'achat
moyen pour les clients
« wallétisés »

Retour d'expérience

« Le wallet permet d'accélérer la personnalisation de nos communications. Grâce à ce dispositif, les clients reviennent plus souvent en magasin et sont plus actifs. Le wallet fait ainsi sens pour écomiam. »

Guillaume Le Coq, Responsable CRM & Fidélisation chez écomiam



Les projets wallet à venir

Mise en place de **l'offre Anniversaire**

Mise en place du **parrainage** sur le wallet mobile

Renforcer la **wallétisation en magasin** grâce à une formation des forces de vente



(Re)Vivez l'expérience de Ecomiam en vidéo



WEBINAR

BOOSTER LE RÉ-ACHAT GRÂCE À LA PERSONNALISATION DE SES CAMPAGNES SUR LE WALLET MOBILE

LE CAS ÉCOMIAM

Captain Wallet
by Brevo

écomiam
LES IRRÉDUCTIBLES DU SURDELÉ !

The graphic features a dark blue background with white and light blue curved lines. A large white play button is centered over the text. On the left, there are two portrait photos of a man and a woman. On the right, there is one portrait photo of a man. The logos for Captain Wallet by Brevo and écomiam are at the bottom.



*Captain Wallet digitalise vos supports marketing
(Coupon, carte de fidélité, carte tiers payant, invitation etc.)*

dans les Wallet Apple Wallet et Google Wallet. Quels que soient vos objectifs (acquisition, relationnel, service, fidélisation, etc.), nos experts vous aident à définir et à mettre en place une stratégie Wallet adaptée à votre entreprise.

Aujourd'hui, plus de 250 grandes enseignes françaises et internationales utilisent notre plateforme pour booster leur relation client.



ACCOMPAGNEMENT

PERSONNALISATION

GÉOLOCALISATION

AUTOMATISATION

SEGMENTATION



Contactez nous