



X



Captain Wallet
by  sendinblue

Etude de cas

**Comment Jacadi booste de
+39% la fréquence d'achat de
ses clients sur le wallet mobile ?**



A propos de Jacadi Paris



1976 : Jacadi naît en référence à un jeu traditionnel



Jacadi Paris est issu de l'**héritage de la mode enfantine traditionnelle française**



Marque du groupe **IDkids depuis 2005**



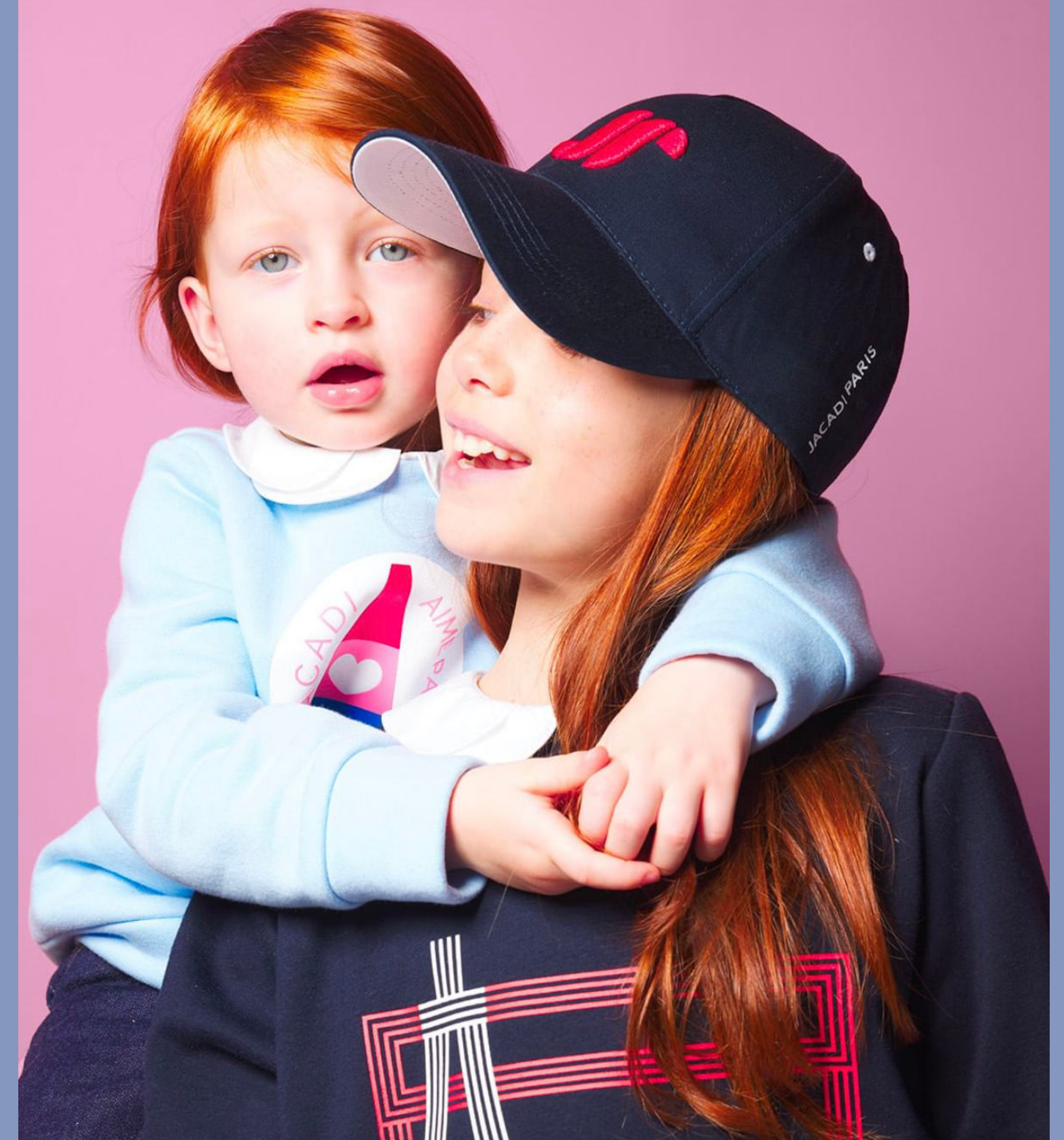
Présence dans **52 pays**



Fin 2022, **306 points de contact** :

- **280 magasins** dont 100 en France métropolitaine
- **26 online**

Jacadi Paris®



A propos de Jacadi Paris

Notre promesse

« Jacadi Paris, la marque contemporaine de prestige, élégante et raffinée, respectueuse des valeurs de la famille, attentive à la tendresse et à la fraîcheur de l'enfance. »

Jacadi Paris®



La mission de Jacadi Paris

“Ré-enchanter, transmettre et rendre, accessible aux jeunes générations, partout dans le monde, le patrimoine authentique et intemporel de la mode enfantine de tradition française”

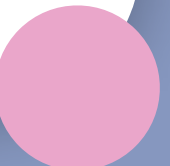
Le programme de fidélité de Jacadi Paris

Un programme de fidélité payant pour 5€/an, le client profite de nombreux avantages pendant toute son année d'adhérent :



Chèques fidélité

Un chèque cadeau de 10€ pour l'anniversaire ou l'arrivée d'un enfant



Des privilèges (ventes privées, avant-premières ...)



Des services privilégiés (retouches, conciergerie, recyclage des souliers, délai pour un échange ou remboursement ...)



« Nous avons en 2016 la volonté de trouver de nouveaux canaux pour se différencier et être innovant dans la manière de nous adresser à nos clients. Le wallet mobile nous paraissait idéal pour ça. Il nous permet de booster la valeur client tout en proposant une expérience personnalisée à nos clients, ce qui est l'un de nos gros enjeux aujourd'hui. »

**Déborah Mazzucato, Directrice Marketing
Client & Communication chez Jacadi**

- Développer la **valeur client** : augmenter la fréquence d'achat, le panier moyen et booster le trafic en magasin
- Compléter le dispositif de communication Jacadi avec un **canal différenciant** et **plus impactant** que les canaux traditionnels
- Proposer un programme de fidélité **expérientiel** et travailler sur une relation plus **personnalisée**

Le choix du wallet

Lors du **lancement du programme de fidélité en 2016**, Jacadi a fait le choix de ne pas proposer de **carte de fidélité** physique.

Afin de faciliter la vie de ses clients tout en **communiquant efficacement** sur les avantages du programme, la marque s'est tournée vers **le wallet mobile**. Elle permet aux clients de retrouver facilement toutes ses informations fidélité en **un coup d'œil**.

Ce canal permet à l'enseigne de :

Proposer une expérience expérientielle et personnalisée à ses clients

Avoir un reach plus important en utilisant un canal différenciant, autre que les canaux traditionnels

Relayer les offres et les services liés à son programme de fidélité, à la fois auprès des adhérents et non adhérents

Jacadi Paris®



**Comment Jacadi
utilise le wallet
mobile ?**

Le wallet mobile en 3 étapes



AJOUTER

Dématérialiser sa carte de fidélité depuis n'importe quel point de contact (online/offline)



NOTIFIER

Envoyer des notifications push personnalisées, automatiques et/ou géolocalisées à une base clients



RECIBLER

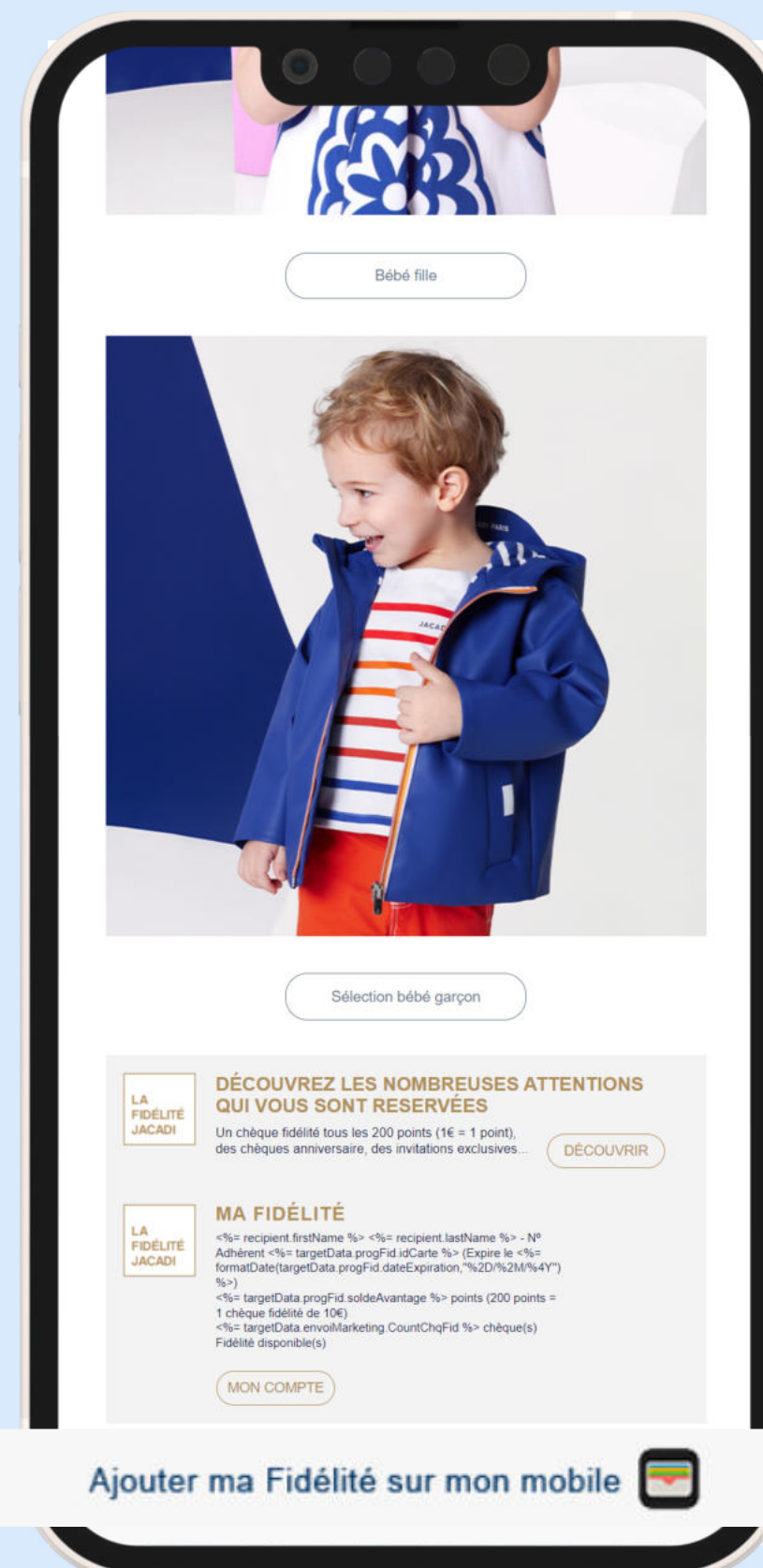
Mettre à jour et animer la carte wallet selon les temps forts, actualités, événements ...



Jacadi utilise différents points de contact pour « wallétiser » ses clients

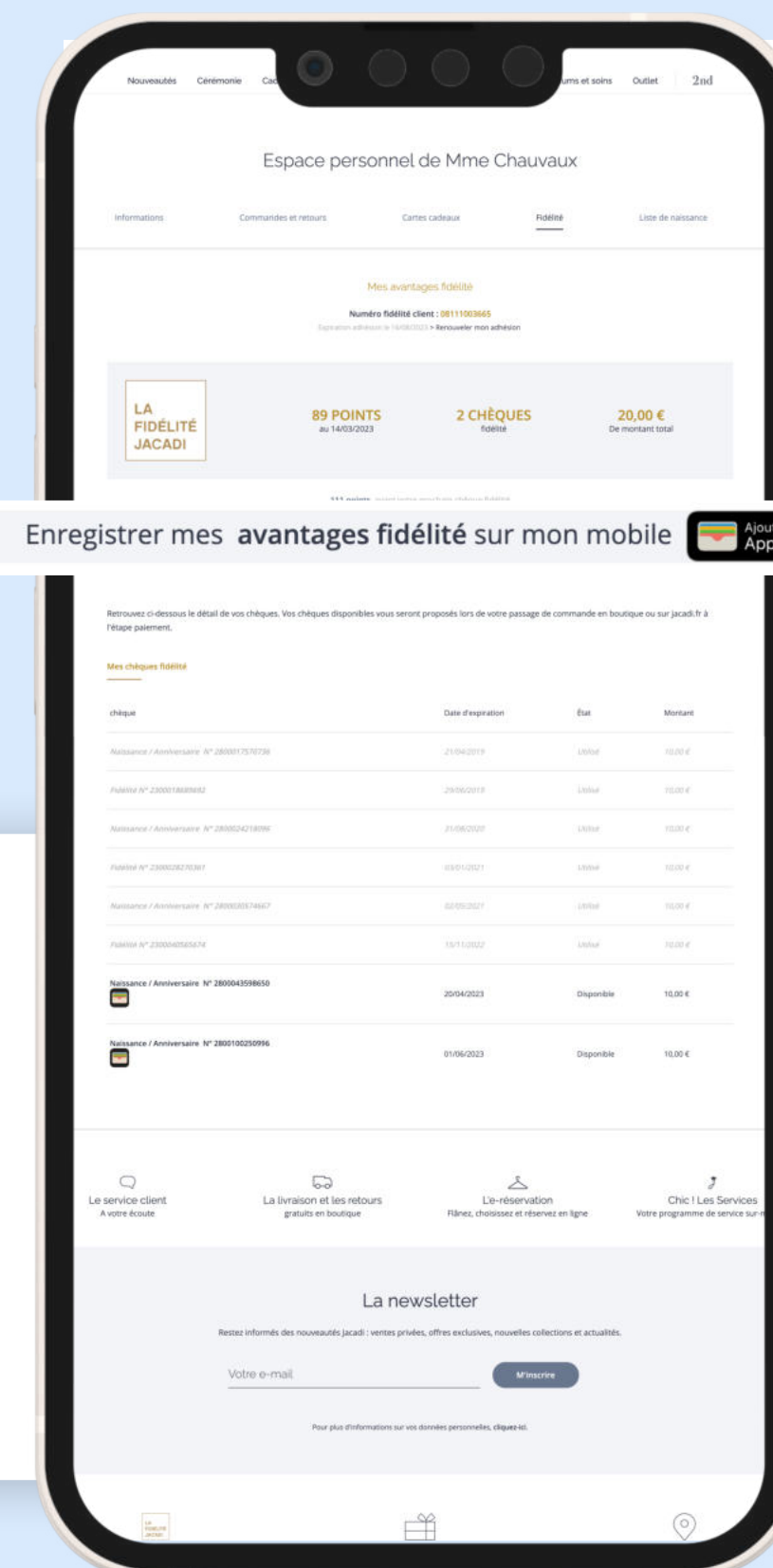
Cette phase est primordiale. C'est l'étape « d'encartement » des clients sur le wallet mobile.

Captain Wallet échange mensuellement avec l'équipe Jacadi pour sélectionner les communications les plus pertinentes afin de mettre en avant le canal du wallet mobile.



Newsletter

La newsletter étant envoyée régulièrement, cela permet de recruter « en fil rouge » les clients sur le wallet.



Espace connexion

Un CTA est intégré sur le site web Jacadi, dans l'espace connexion du client, là où il peut retrouver tous ses achats e-commerce.



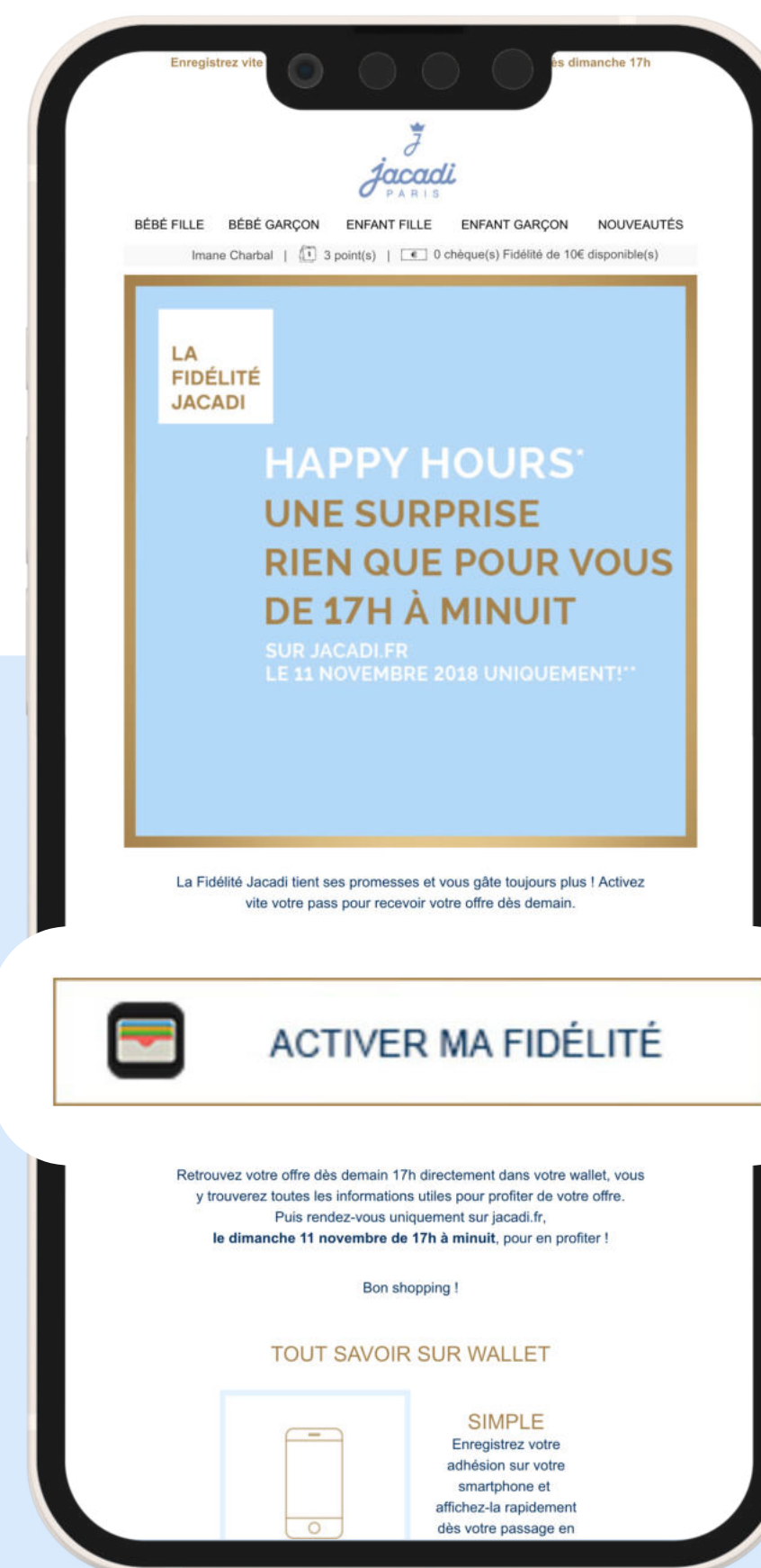
Jacadi utilise différents points de contact pour « wallétiser » ses clients

Il est important de multiplier les opportunités pour capter le client et l'inciter à ajouter la carte Jacadi dans son wallet.



Email trigger :
suite à l'adhésion au
programme de fidélité

L'email est envoyé
automatiquement suite à son
adhésion. Le CTA est alors bien
mis en avant.



Email dédié :
Offre suite à la
dématérialisation du
pass wallet

Jacadi est à l'origine des « Happy Hours ». La marque incite le client à récupérer sa carte dans son wallet dans un délai donné avec une surprise à la clé.



Déborah Mazzucato

Directrice Marketing Client & Communication chez Jacadi

« Le wallet mobile est clairement un levier complémentaire d'activation de nos clients, au-delà de leur proposer une expérience personnalisée. »



La carte de fidélité est téléchargée dans le mobile du client

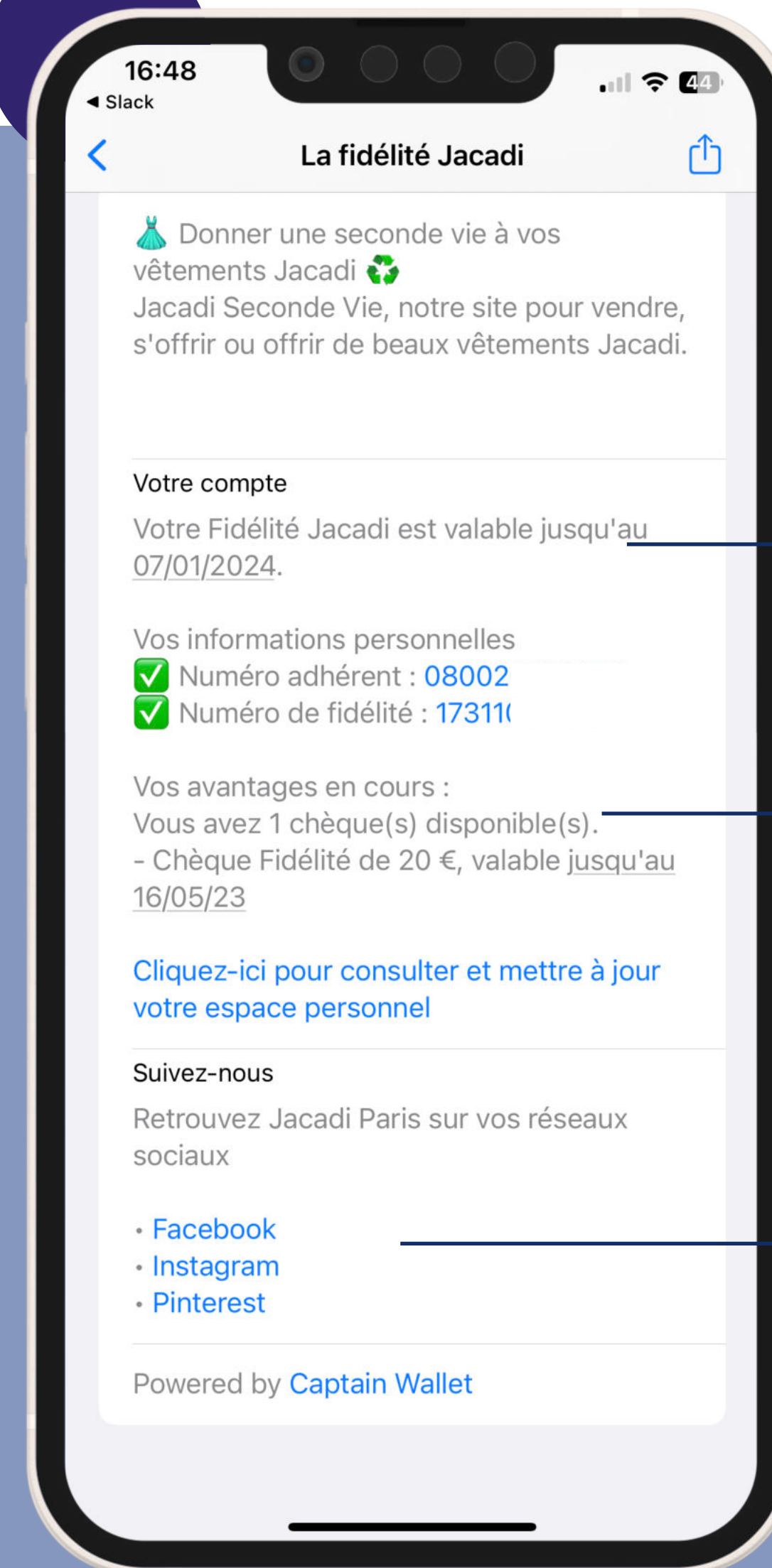
Prénom du client

Nombre de points de fidélité

Bannière personnalisable

Variables (Montant des remises disponibles/décompte de points)

Code barre



Informations personnelles sur le compte fidélité du client

Informations sur les chèques fidélité disponibles : nombre, montant, validité

Liens divers



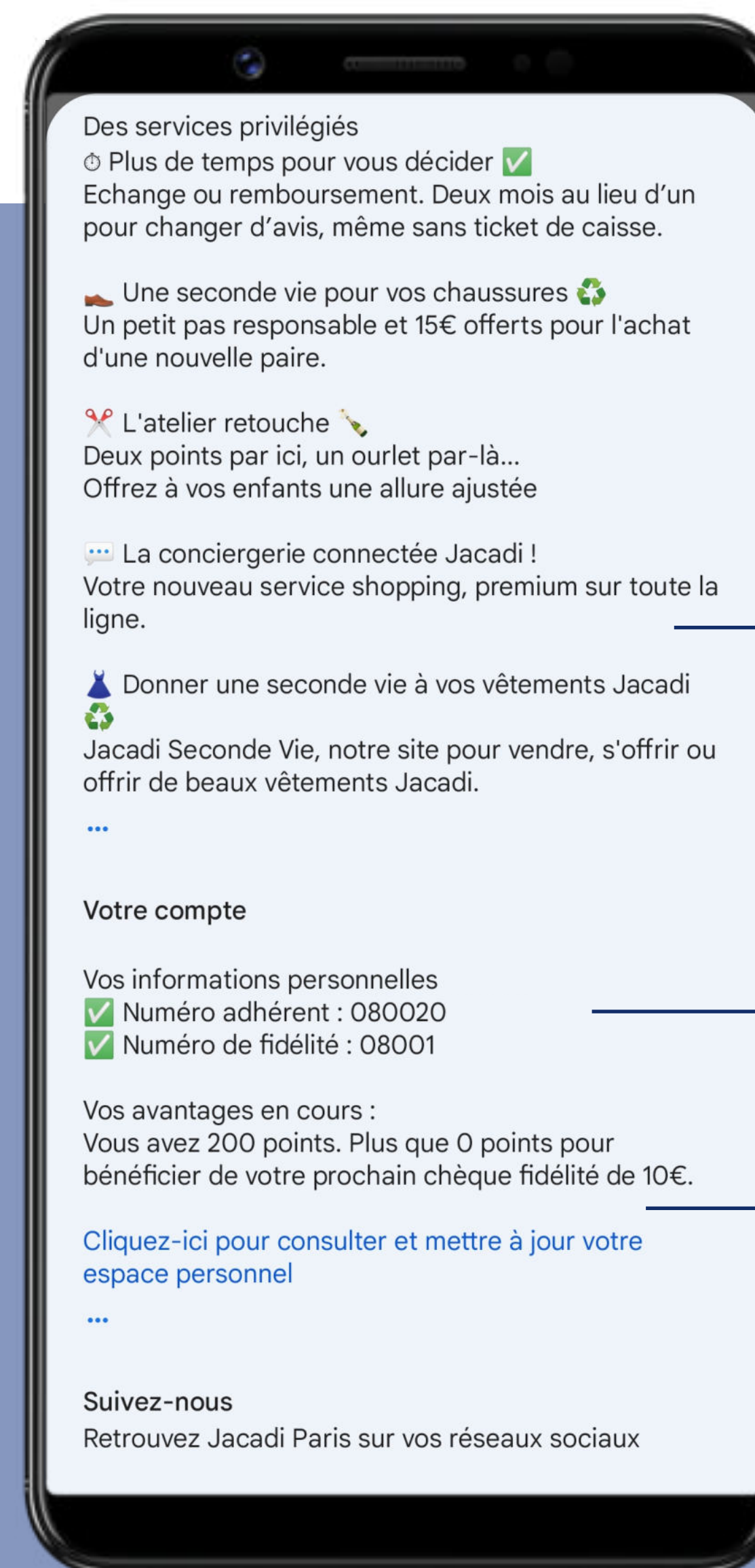


La carte de fidélité est téléchargée dans le mobile du client

Nombre de points de fidélité
Variables (Montant des remises
disponibles/décompte de points)

Code barre

Bannière personnalisable



GOOGLE WALLET

Informations sur le programme
de fidélité

Informations personnelles sur le
compte fidélité du client

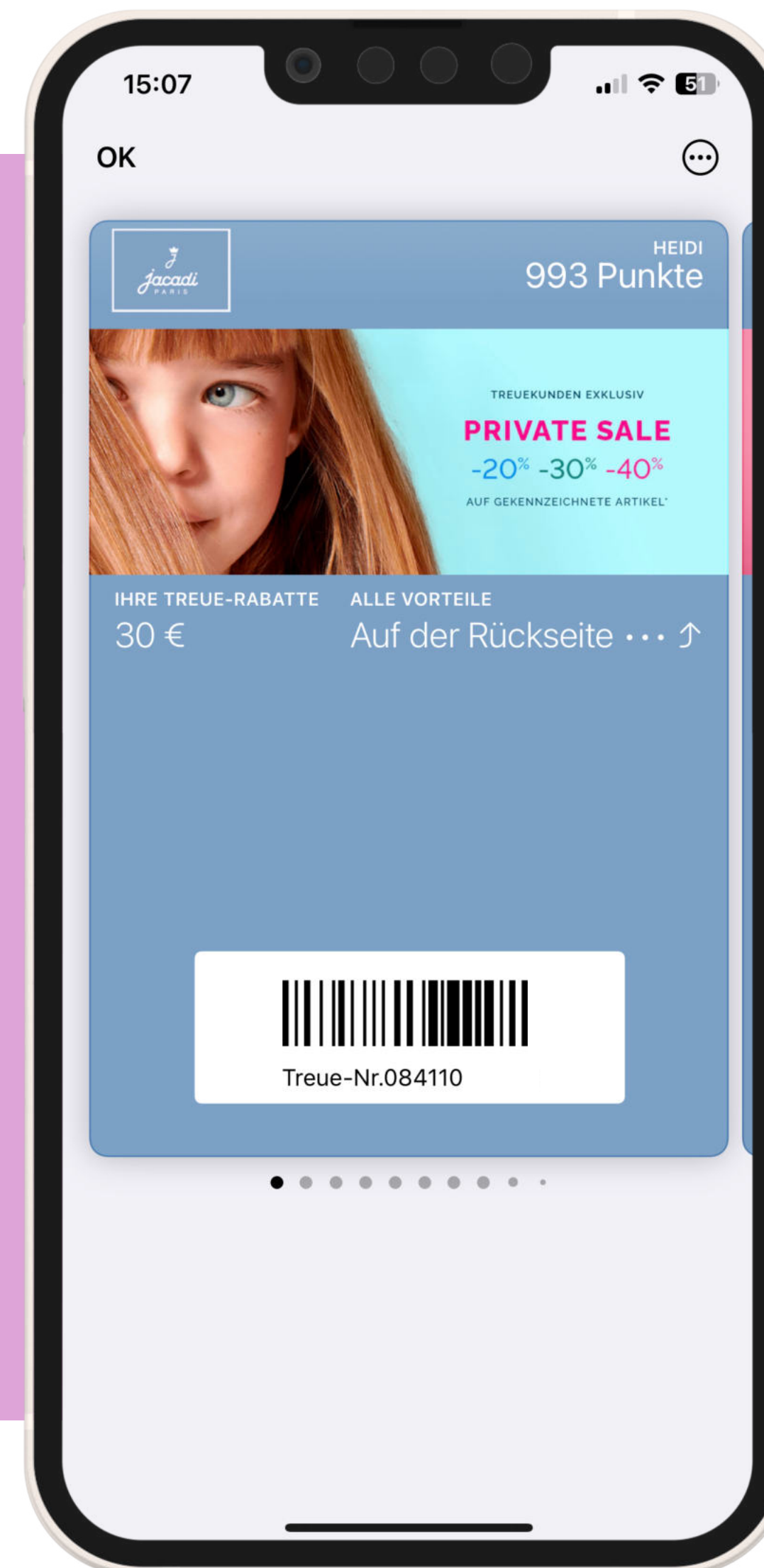
Liens divers



Le wallet mobile, une solution internationale chez Jacadi



Italie



Allemagne & Autriche



2 types de cartes wallet : une pour les adhérents, une pour les non adhérents

Carte adhérent



Carte non adhérent



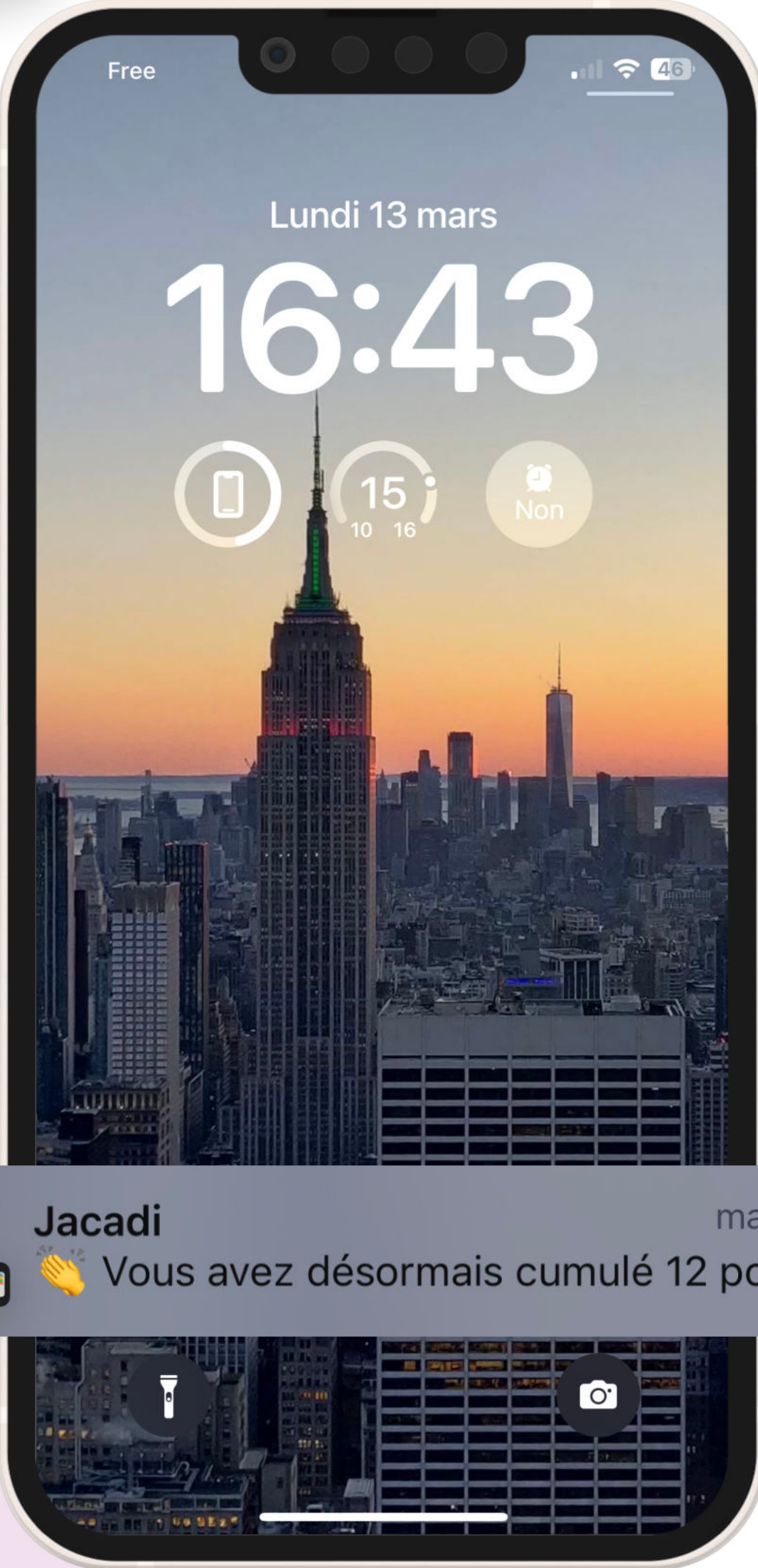
Le wallet permet à Jacadi de s'adresser également à ses clients qui ne sont pas encore membres du programme de fidélité mais qui peuvent être sensibles aux communications de la marque.

Bon à savoir :

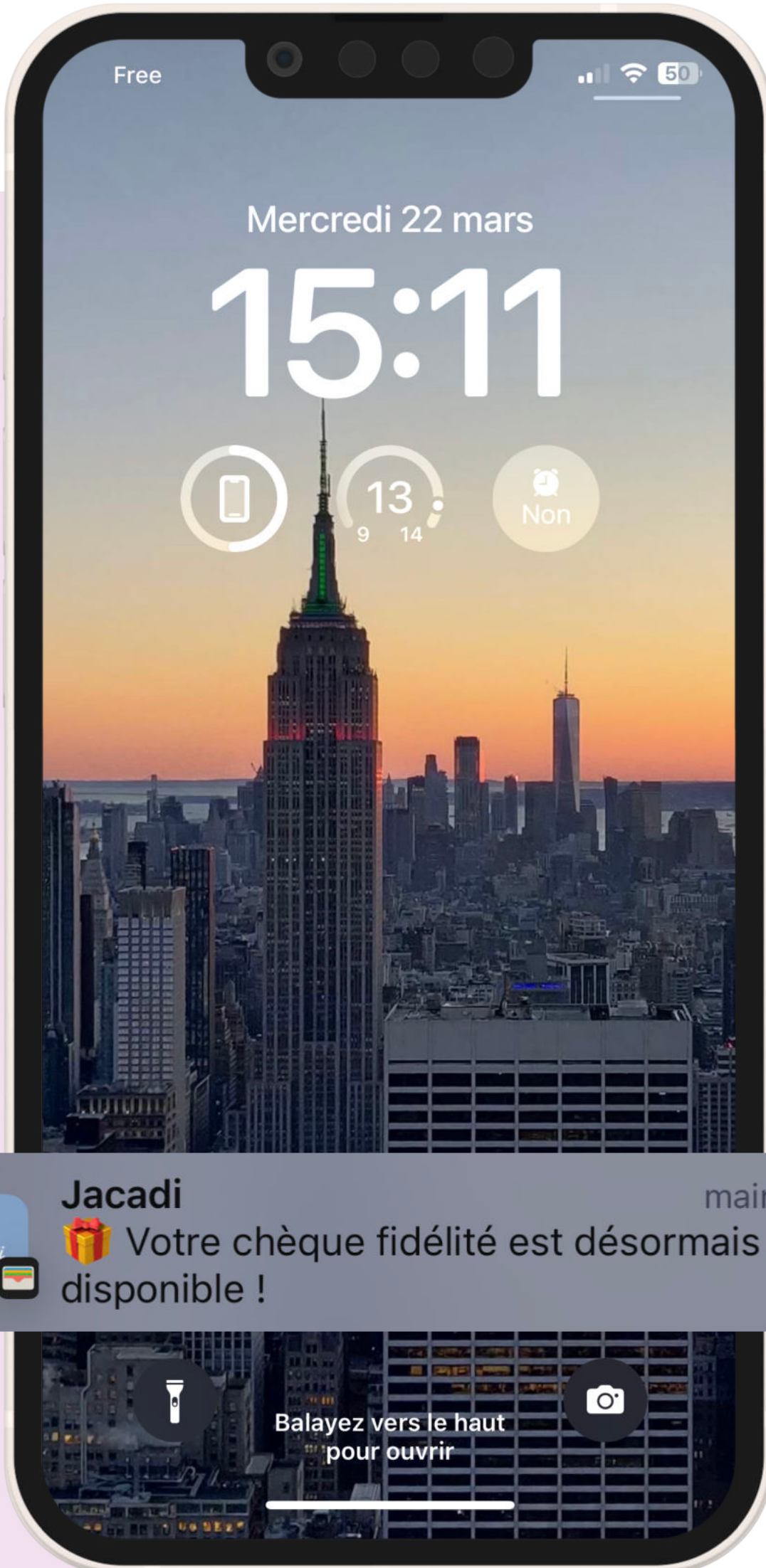
Vous pouvez pousser vos offres et services sur le mobile de vos clients via le wallet, même si vous n'avez pas de programme de fidélité mis en place !



Informez en temps réel le client suite à la mise à jour de ses données de fidélité



Accumulation de points



Chèque fidélité disponible





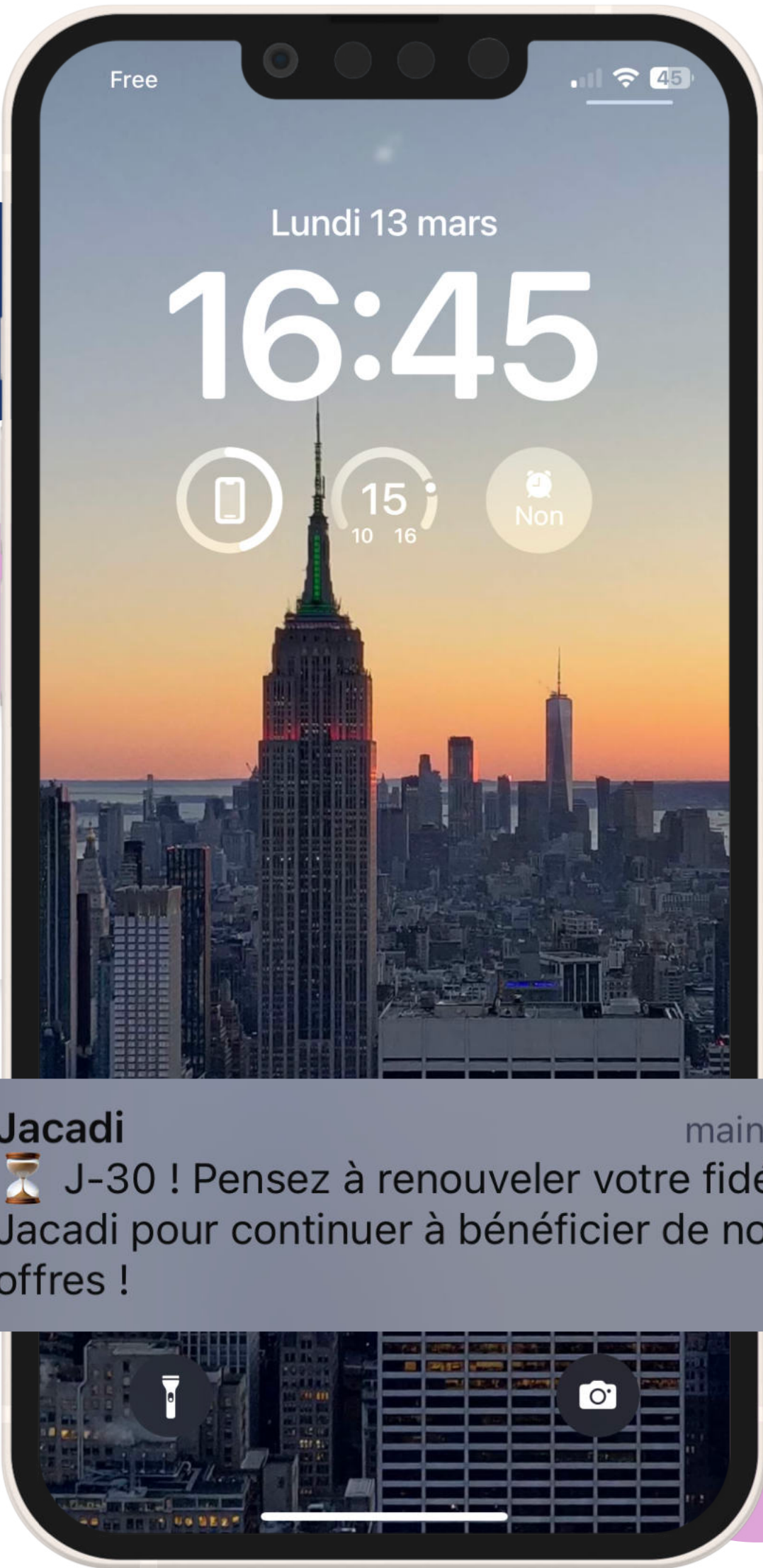
Le client est incité à renouveler sa fidélité via le wallet

Notification expiration fidélité

L'adhésion étant valable 1 an, la marque ne manque pas d'envoyer à ses clients adhérents un petit rappel ...

**Jacadi** maintenant

 J-30 ! Pensez à renouveler votre fidélité Jacadi pour continuer à bénéficier de nos offres !

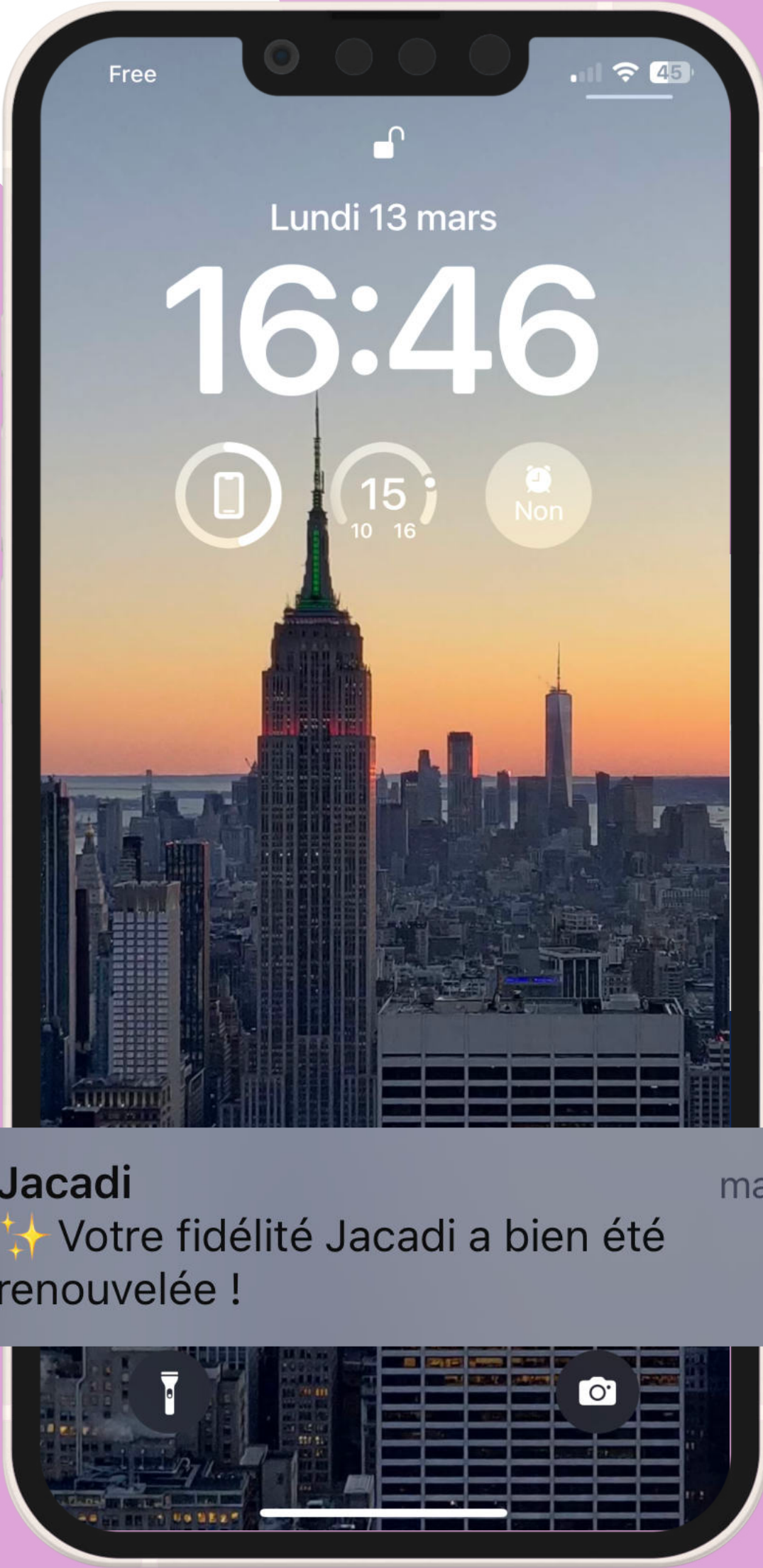


Renouvellement fidélité

... et de lui confirmer le renouvellement de sa fidélité !

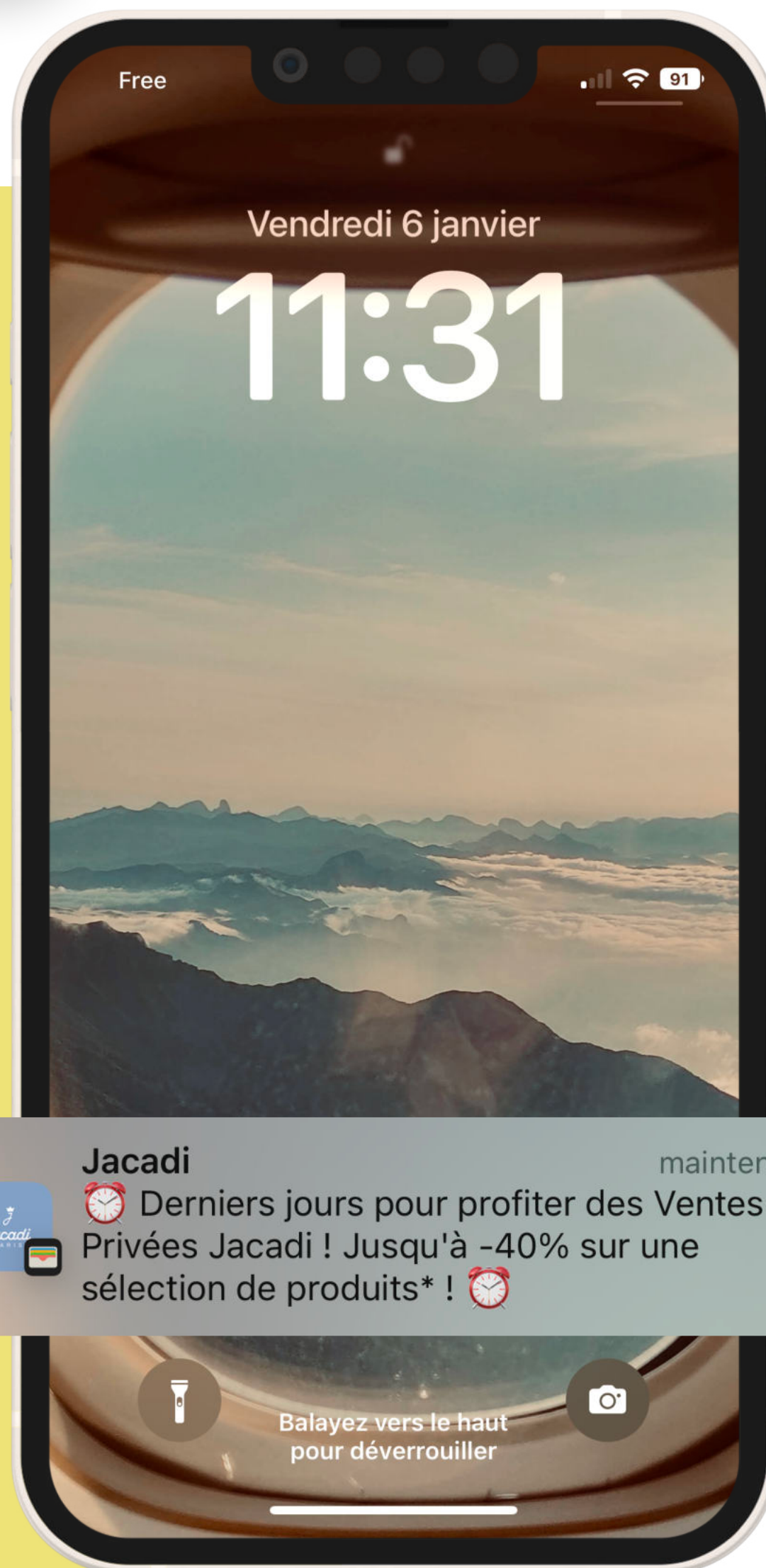
**Jacadi** maintenant

 ✨ Votre fidélité Jacadi a bien été renouvelée !

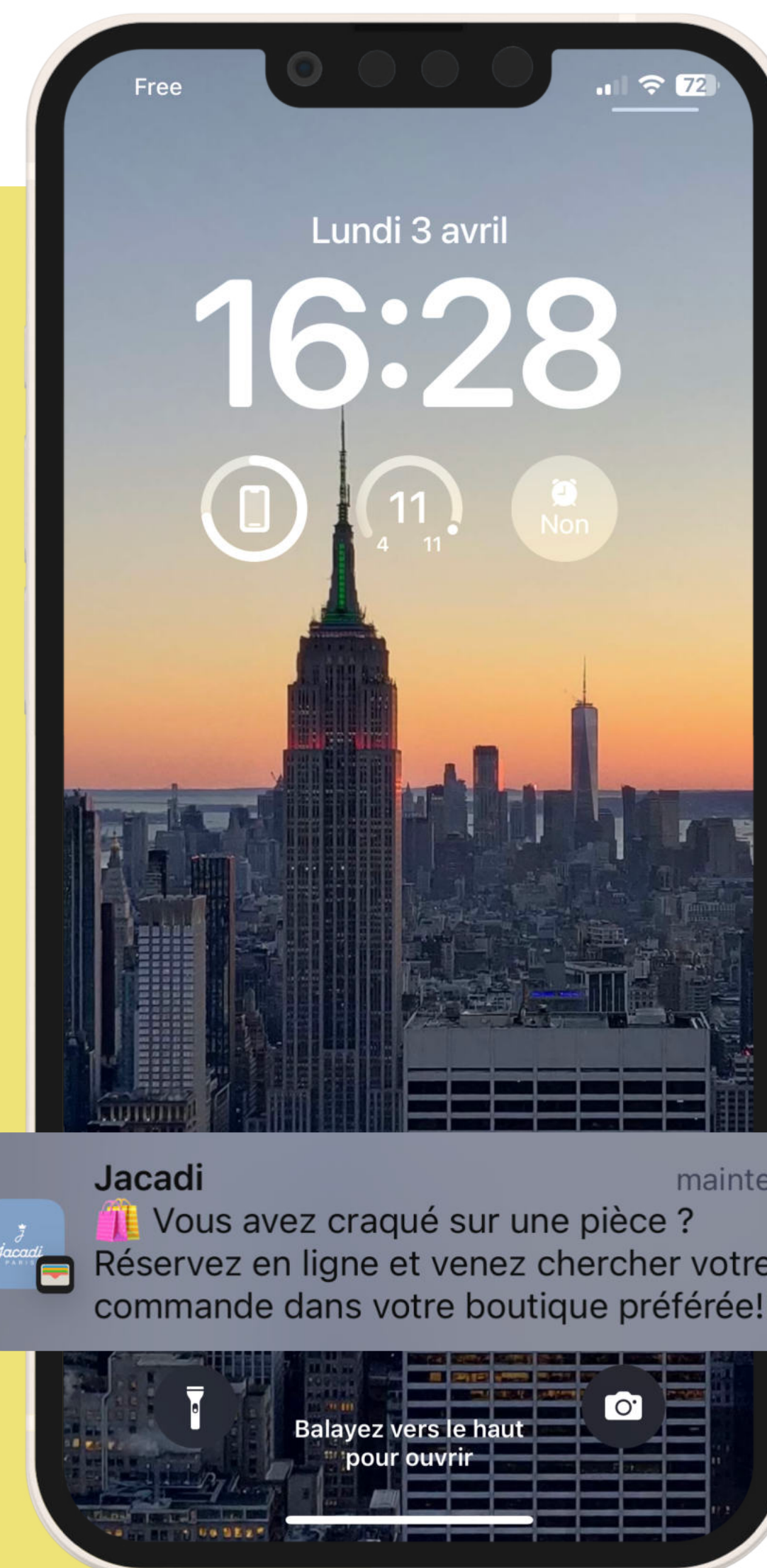




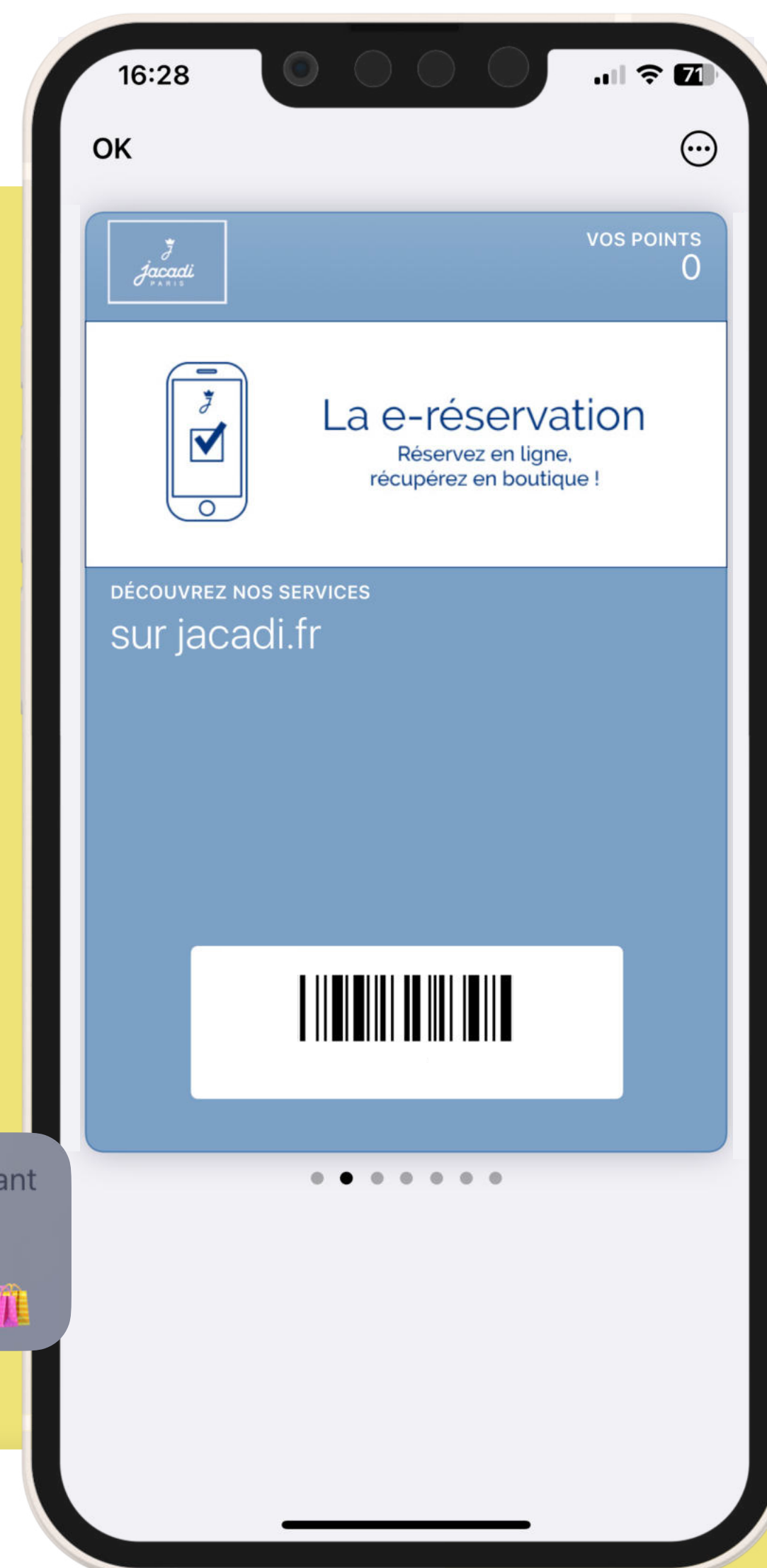
Faire vivre la carte de fidélité wallet selon ses temps forts



Mise en avant d'une offre :
ventes privées



Mise en avant d'un service :
la e-réservation





Jacadi Paris®

Les résultats du wallet chez Jacadi

Les résultats chez les clients « wallétisés » VS. « non wallétisés »

+39%

de fréquence d'achat

+23%

de CA/client

Les clients Jacadi aiment le wallet mobile !

Jacadi Paris®



26.6%

de la base client
encartée en France

97%

de taux de rétention de la
carte wallet dans le
mobile des clients



Jacadi Paris®

Les évolutions à venir

Les évolutions à venir

Mise en place d'un **connecteur pour automatiser** les animations

Déploiement de **nouveaux points de contacts** (triggers et site web) dans les nouveaux pays

Poursuite du recrutement (en point de vente notamment)



Jacadi
PARIS

L'expérience de Jacadi en vidéo

WEBINAR

**+39% DE FRÉQUENCE
D'ACHAT AVEC LE MOBILE
WALLET : LE CAS JACADI**

 **Captain Wallet**
by  **sendinblue**

Jacadi
PARIS



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

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

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

ACCOMPAGNEMENT

PERSONNALISATION

GÉOLOCALISATION

AUTOMATISATION

SEGMENTATION

Leader et pionnier
du mobile wallet



Contactez-nous