



ÉTUDE DE CAS OPTIMISATION DU PROGRAMME DE FIDÉLITÉ



Jacadi, marque contemporaine de prestige, propose aux jeunes générations des collections respectueuses de la tendresse et de la fraîcheur de l'enfance, pour tous les jours et tous les moments de vie !



RÉSEAU : UNE CENTAINE DE BOUTIQUES
EN FRANCE



SITE INTERNET : JACADI.FR



PRÉSENCE INTERNATIONALE





ENJEUX POUR LA MARQUE FIN 2016

Contexte

Refonte du programme de fidélité Jacadi en 2016 en programme payant.



Faire du programme de fidélité un levier FORT du business.



LA FIDÉLITÉ JACADI



Créer la préférence de marque Jacadi.



Faire connaître le nouveau programme de fidélité.



Booster les KPIs du nouveau programme de fidélité Jacadi (fréquence d'achat, taux d'utilisation des chèques, augmentation valeur client annuelle)



Offrir une expérience client :

- Innovante
- Différenciante
- Personnelle



LA SOLUTION : LES WALLETS NATIFS



PÉRENNE

Application Wallet
pré-embarquée sur le smartphone

Reach Mobile de 100%



SIMPLE

Ajout de ses avantages/offres en 2 clics depuis n'importe quel point de contact (email, site mobile, SMS, web, App)



PERSONNALISABLE

Communication personnalisée grâce aux **notifications push du wallet** et l'actualisation du contenu de la même carte



ATTRACTIF

La dématérialisation des programmes de fidélité et offres répond à une demande du marché : **taux de rétention des cartes dans le wallet de plus de 90%**



COMMENT
ÇA MARCHE ?



1 LE CLIENT RÉCUPÈRE SA CARTE EN 2 CLICS DEPUIS LES EMAILS JACADI

Toute personne qui adhère à la Fidélité Jacadi reçoit un email de bienvenue qui lui propose d'enregistrer son adhésion directement sur son smartphone



CTA
WALLET
qui propose
à l'adhérent
d'enregistrer
son adhésion
sur son mobile.



En 2 clics,
l'adhérent
Jacadi
enregistre
sa fidélité
dans son
mobile.

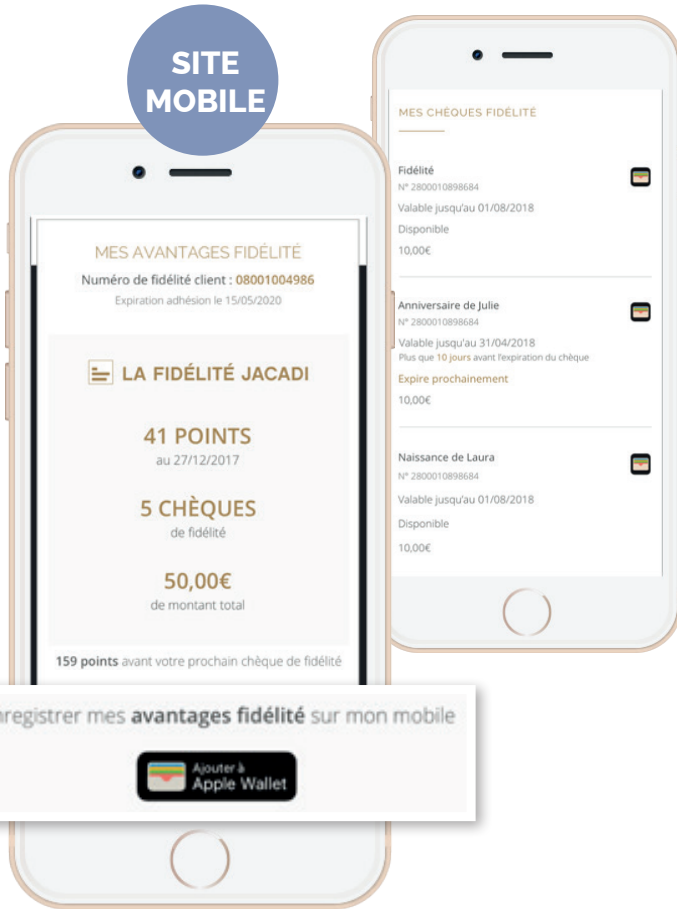


La carte
est installée
dans le wallet.



LE CLIENT PEUT ÉGALEMENT SAUVEGARDER SON ADHÉSION DEPUIS D'AUTRES POINTS DE CONTACT

SITE MOBILE



MAILS OFFRES



CTA wallet à chaque envoi de newsletters, temps forts et emails liés aux avantages fidélité.

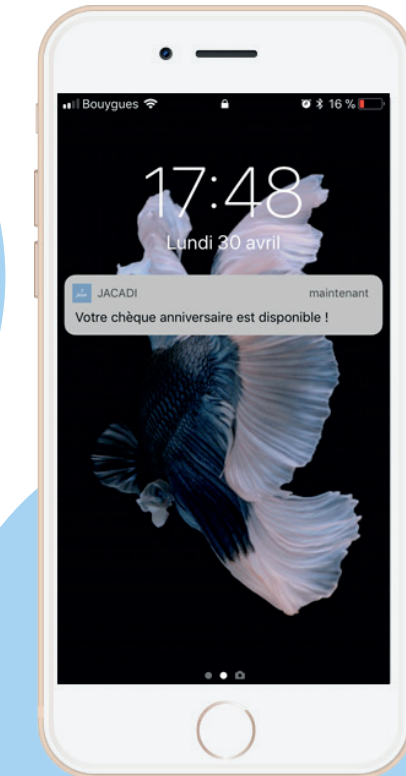
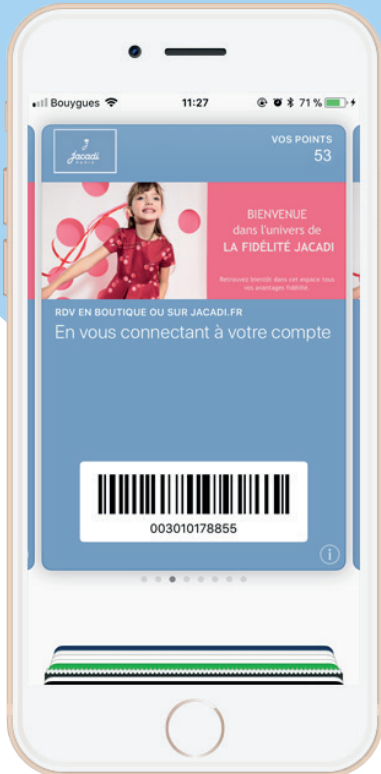
SMS





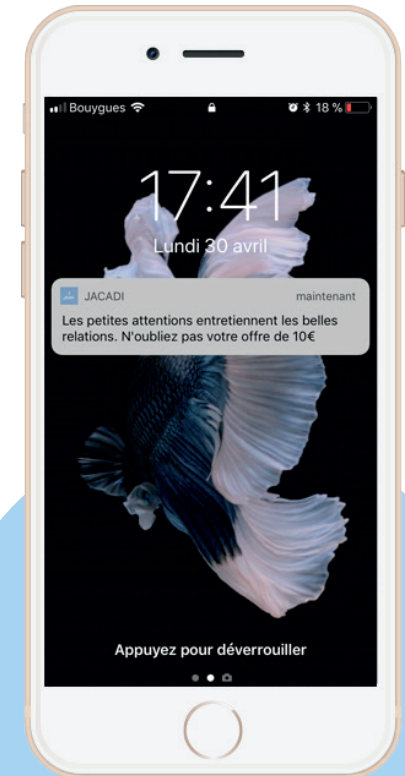
2 UN NOUVEAU CANAL RELATIONNEL PERSONNALISÉ ENTRE LA MARQUE ET SON CLIENT

Une fois l'adhésion enregistrée dans le mobile, Jacadi communique de façon personnalisée avec ses adhérents.



Une notification informe l'adhérent de son solde de point ou de son chèque de fidélité/anniversaire/naissance disponible.

La même carte affiche les chèques disponibles lorsque le palier de 200 points est atteint.

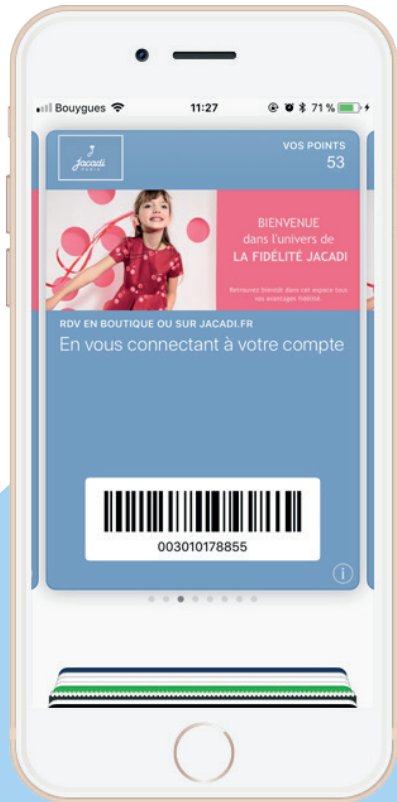


Des notifications sont programmées pour rappeler au client la validité de son chèque.



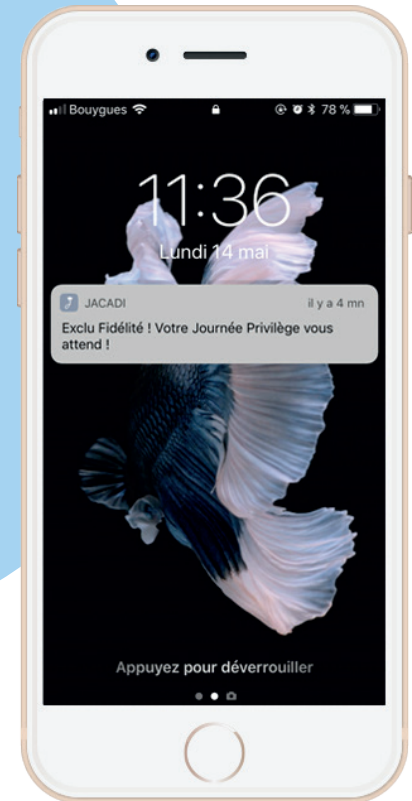
3

UN LEVIER SUPPLÉMENTAIRE & INNOVANT POUR RELAYER LES TEMPS FORTS DE LA MARQUE



La même carte peut véhiculer
les temps forts marketing
de la marque.

Ex : Le client est notifié
lors du lancement de l'offre
et pendant l'offre avec des notifications
de rappel.





LE WALLET,
UN NOUVEAU
CANAL PLEBISCITÉ
& PERFORMANT



LE WALLET : UN IMPACT FORT À COURT TERME SUR LE CA DE LA FIDÉLITÉ



ADHÉSION SUR MOBILE

En un an, la marque a **embarqué plus de 10% de sa base adhérents sur le wallet d'Apple.**



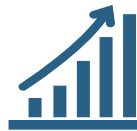
FRÉQUENCE D'ACHAT

+12% pour un client qui a enregistré sa fidélité dans son wallet.



UTILISATION DES CHÈQUES DE FIDÉLITÉ

+10 points en moyenne



CHIFFRE D'AFFAIRE

Le C/A client a augmenté de +9% pour les détenteurs de leur adhésion à la fidélité dans le wallet.



LEVIER DRIVE TO WEB

La part d'achat sur le web pour les adhérents wallet est de **25% en moyenne.**



LE WALLET : UN CANAL PLÉBISCITÉ PAR LES CLIENT(E)S JACADI



Le taux d'installation au wallet
depuis l'email est de

65%



Taux de rétention
des cartes dans le smartphone

94,2%

AUGMENTER LA PRÉSENCE À L'ESPRIT GRÂCE AUX NOTIFICATIONS



Leur solde
de points



Leurs chèques
disponibles

01/20

Leur rappeler
l'expiration
d'un chèque



Communiquer
les temps forts
Jacadi



LA SOLUTION DES WALLETS PERMET À JACADI...



**Une expérience à la fidélité
différente et innovante
pour l'adhérent.**



**D'augmenter la valeur client
des adhérents (ils dépensent plus
et plus souvent).**



**De booster la notoriété,
la préférence de marque
et au programme
de fidélité.**



**De maximiser le taux
d'utilisation des chèques
et offres grâce
aux notifications de rappel.**

« La technologie du wallet est un vrai plus pour notre programme de fidélité : expérience innovante, différenciante et personnalisée pour nos adhérents. C'est un levier fort de business à court terme, au service de la préférence de marque et de l'accroissement de la valeur client. A terme, ce nouveau canal de communication nous aidera aussi à une meilleure gestion de la pression client. Nos adhérents apprécient ce nouveau service de la fidélité leur permettant d'avoir accès à leur compte fidélité à tout moment, ainsi qu'aux offres exclusives qui leur sont réservées sans avoir à rechercher leurs emails ou sms.

_____ **Karline Minelli**
Chef de projets marketing relationnel

_____ **Déborah Mazzucato**
Responsable Marketing et CRM