



## L'enseigne Botanic dématérialise sa carte de fidélité dans le smartphone de sa clientèle

La rédaction de JAF-info

Publié le 25 janvier 2023 10:26 Mis à jour le 25 janvier 2023 10:26

Aucun commentaire



41 vues

**Botanic, réseau de jardineries expertes du végétal, et Captain Wallet, start-up pionnière et leader du mobile wallet marketing, dévoilent un premier bilan de la dématérialisation de la carte de fidélité « Le Club botanic » dans le wallet mobile de ses clients. L'objectif pour la marque est de faciliter l'accès et l'utilisation du programme de fidélité sur le long terme pour ses adhérents en proposant un canal digital simple et ultra-personnalisé.**

La dématérialisation de la carte permet un accès facile au programme de fidélité de l'enseigne et à ses bons d'achats depuis l'application wallet de l'adhérent.

Lancé en mars 2022, le nouveau service a été rapidement adopté par les clients de botanic® qui ont intégré la carte de fidélité dans le wallet de leurs smartphones (Apple Wallet sur iOS et Google Pay sur Android).

En seulement 7 mois, 10% de la base client a dématérialisé sa carte « Le Club botanic® » dans le wallet de son smartphone (un résultat atteint en général au bout de 12 mois en moyenne)



- 79% des adhérents vont jusqu'au bout de « l'installation » de la carte wallet
- 98,8% des adhérents conservent leur carte « Club botanic » dans leur wallet.

*« Ces résultats montrent que les porteurs de la carte se sont appropriés facilement cette solution puisqu'elle est déjà présente sur les mobiles. Une fois leur carte de fidélité dans le wallet mobile, les clients n'ont plus besoin de se connecter à leur espace pour retrouver les informations liées à leur programme de fidélité. Toutes les informations sont directement accessibles dans le wallet. Ce dernier nous permet de proposer une expérience client ultra-personnalisée dans une logique de services en lien avec les points de vente », déclare Elodie Perillat, Responsable Relation Client chez botanic.*

### Des campagnes de communication sur-mesure en fonction du profil du client

La dématérialisation est très simple. En seulement 2 clics, le client a la possibilité de dématérialiser sa carte dans le wallet de son smartphone de plusieurs façons : après avoir cliqué sur un bouton présent dans un email dédié au wallet, en se connectant à son espace client sur le site botanic.com, en scannant un QRcode dédié au dispositif disponible sur les courriers postaux ou après avoir passé une commande sur le site de l'enseigne.



Une fois ajoutée dans le wallet, le client accède plus facilement aux informations liées à son programme de fidélité comme la date d'expiration de sa carte « Le Club botanic », aux offres et

promotions dans le magasin où il a l'habitude de faire ses achats, à ses bons d'achats ou encore au montant de points cumulés actualisés après chaque transaction sur le site ou en magasin. Le wallet permet à botanic de déployer une stratégie de communication ultra-personnalisée visant à renforcer le lien entre la marque et sa clientèle à travers l'envoi de push notifications en fonction du statut du client. botanic informe ainsi les porteurs de la carte, dont la date de validité arrive à échéance, qu'ils peuvent renouveler facilement leur adhésion. L'enseigne envoie également des notifications push pour relayer ses offres commerciales efficacement.

## Le wallet, un puissant canal de communication sur mobile

La solution en mode SaaS de Captain Wallet permet aux marques et enseignes de dématérialiser n'importe quel support marketing sur les wallet mobiles, en quelques clics et de les connecter directement à leur CRM. Une fois la dématérialisation effectuée dans le wallet, la solution Captain Wallet permet de mettre à jour le contenu, de le personnaliser et de relancer le client avec des push notifications. L'outil répond ainsi au besoin des marques de densifier et fidéliser la relation avec leurs clients afin de générer du drive to store/web.

*« Avec botanic, nous partageons les mêmes objectifs, à savoir enrichir l'expérience client et proposer un canal de communication capable de relayer efficacement les offres et les informations liées au programme de fidélité en fonction du statut de l'adhérent. Le wallet est un levier marketing extrêmement simple et très efficace. On peut l'utiliser sur n'importe quel type de scénario, qu'on ait un programme de fidélité ou pas, en acquisition ou sur des logiques de CRM mais aussi sur des mécaniques de service comme le Click & Collect par exemple », observe Axel Detours, co-fondateur de Captain Wallet.*

## Premier bilan chiffré de la digitalisation de la carte de fidélité chez l'enseigne botanic

### botanic est présent en France avec 70 magasins

L'enseigne de jardineries botanic annonce un premier bilan chiffré de la dématérialisation de sa carte de fidélité « Le Club botanic » dans le wallet mobile de ses clients. L'enseigne utilise la solution technique de Captain Wallet.

### Le canal digital doit être plus simple et personnalisé

L'objectif de botanic est de faciliter l'utilisation de son programme de fidélité sur le long terme pour ses adhérents en misant sur un canal digital qui doit être plus simple et personnalisé. La dématérialisation de la carte de fidélité vise à permettre un accès facile au programme de fidélité de l'enseigne et à ses bons d'achats depuis l'application wallet de l'adhérent.

### En 7 mois, 10% de la base client de botanic a dématérialisé sa carte dans le wallet de son smartphone

Le nouveau service a été lancé en mars 2022. Selon botanic, ce service a été rapidement adopté par ses clients qui ont intégré la carte de fidélité dans le wallet de leurs smartphones qu'il s'agisse d'Apple Wallet sur iOS ou de Google Pay sur Android. En 7 mois, 10% de la base client de botanic a dématérialisé sa carte « Le Club botanic » dans le wallet digital de son smartphone. Selon Captain Wallet, ce résultat est atteint en général au bout de 12 mois en moyenne.

Botanic annonce que 79% des adhérents de son club vont jusqu'au bout de l'installation de la carte wallet. Puis, 98,8% des adhérents conservent leur carte « Club botanic » dans leur wallet. « Ces résultats montrent que les porteurs de la carte se sont appropriés facilement cette solution puisqu'elle est déjà présente sur les mobiles » se réjouit Elodie Perillat, responsable de la relation client chez botanic.

« Une fois que leur carte de fidélité est dans le wallet mobile, les clients n'ont plus besoin de se connecter à leur espace pour retrouver les informations liées à leur programme de fidélité » explique la responsable. « Toutes les informations sont accessibles dans le wallet. Le wallet permet de proposer une expérience client ultra-personnalisée dans une logique de services en lien avec les points de vente » termine-t-elle.

## On peut dématérialiser sa carte de fidélité dans le wallet de plusieurs façons

En 2 clics, le client peut dématérialiser sa carte de fidélité dans le wallet de son smartphone de plusieurs façons. Il peut cliquer sur un bouton présent dans un email dédié au wallet. Il peut se connecter à son espace client sur le site botanic.com. Il peut scanner un QRcode dédié au dispositif disponible sur les courriers postaux ou après avoir passé une commande sur le site de l'enseigne.

Une fois que la carte de fidélité est ajoutée dans le wallet mobile, le client accède aux offres et aux promotions dans le magasin où il fait d'habitude ses achats, à ses bons d'achats ou au montant de points cumulés actualisés après chaque achat sur le site ou en magasin.

## Renforcer le lien entre la marque et sa clientèle

Le wallet permet à botanic de déployer une stratégie de communication personnalisée visant à renforcer le lien entre la marque et sa clientèle grâce à l'envoi de « push notifications » en fonction du statut du client. L'enseigne envoie des notifications push pour relayer ses offres commerciales efficacement. botanic informe aussi les porteurs de la carte qu'ils peuvent renouveler facilement leur adhésion quand la date de validité arrive à échéance.

botanic a été créé en 1995 par trois familles d'horticulteurs et maraîchers originaires de Haute-Savoie. L'enseigne est présente en France avec 70 magasins. Son siège est en Haute-Savoie. botanic propose 5 univers : Jardin & Potager, Alimentation bio, Soins & Bien-être, Plantes & décoration et Animalerie. Elle veut commercialiser tout ce qu'il faut pour jardiner, manger et vivre en prenant soin de soi, de son



### La rédaction de JAF-info

Le site de presse en ligne JAF-info | Jardinerie Animalerie Fleuriste est une publication des Editions Média-Talents réservée aux professionnels. Créé en 2011, il concentre plusieurs sources d'informations : Une information journalistique - Une veille par la curation d'articles publiés sur le web - Des échanges avec la communauté des professionnels de la filière pour l'essentiel. Ce média inédit a pour objectif de diffuser une information plutôt économique et d'actualité en continu de la profession : La distribution du jardin, des fleurs et des Animaux de compagnie. Réactif, souple, facilitant les échanges, les partages sur les réseaux sociaux et les mises en relation, son but principal est de surligner les Talents qui composent la filière. 1er média gratuit en ligne des Distributeurs de la Nature ! Indépendance, transparence et confiance : Aucun actionariat ou intérêt dans une société ou association. La publication ne vit que du soutien de ses annonceurs

Origine : Veille – Curation



L'info pour les pros !

Jardinerie Animalerie Fleuriste  
1er média en ligne des Distributeurs de la Nature !

JAF-info | Jardinerie Animalerie Fleuriste est un site de Presse en ligne (BtoB) créé en 2011 par Luc NAROLLES – Surligneur de Talents ! Ancien dirigeant d'une boutique Fleuriste et de Jardinerie-Animaleries Luc est depuis 1989 au cœur de la filière ! Ce média indépendant concentre plusieurs sources d'informations : journalistiques, veilles et communautaires. Il diffuse des actualités de nature économique, offres d'emploi et annonces auprès des professionnels. L'objectif de JAF-info est d'enrichir les réflexions et d'éclairer les choix de chaque acteur français de la distribution hyperspécialisée du jardin, des animaux de compagnie et des fleurs.



Au lieu de conforter vos opinions plutôt éclairer vos choix !

#### CATÉGORIES

Actualités  
Livres  
Top Une  
Populaires  
Immanquables  
Brèves

#### SERVICES

Offres  
Emploi  
CVthèque  
Freelance  
Formations  
Annonces  
Agenda  
Evénements  
Observatoire  
Livre d'or

#### LIENS UTILES

Nous contacter  
Qui sommes nous ?  
Mentions légales  
Confidentialité  
Aide- F.A.Q.  
Devenir annonceur  
Publi-rédactionnel  
Devenir Partenaire  
Devenir Expert

#### NEWSLETTER

Oui, Je m'inscris gratuitement à la newsletter