

All propose à ses adhérents un nouvel outil pour communiquer avec leurs clients

Dans la continuité de son ancrage digital initié il y a 2 ans avec le portail Opticiens par conviction, la centrale offre un nouveau canal de communication aux opticiens, en atteignant directement le smartphone de leurs clients et prospects. Elle s'appuie pour cela sur la technologie du Wallet, disponible sur l'iPhone ou les mobiles Android. All a ainsi développé une carte client dématérialisée pour chaque opticien. Une fois enregistrée sur le smartphone du porteur, elle permet d'envoyer des notifications ciblées sur les offres commerciales et actualités du point

de vente. Un bon moyen de fidéliser et d'entretenir la proximité avec les consommateurs. Et un outil particulièrement performant : selon [Captain Wallet](#), spécialiste du marketing sur mobile, une fois le pass installé, 90 % des clients conservent la carte et les notifications actives. Il génère une progression de +15 % du panier moyen et de +20 % de récurrence d'achat. ●

