

ACCUEIL > BUSINESS

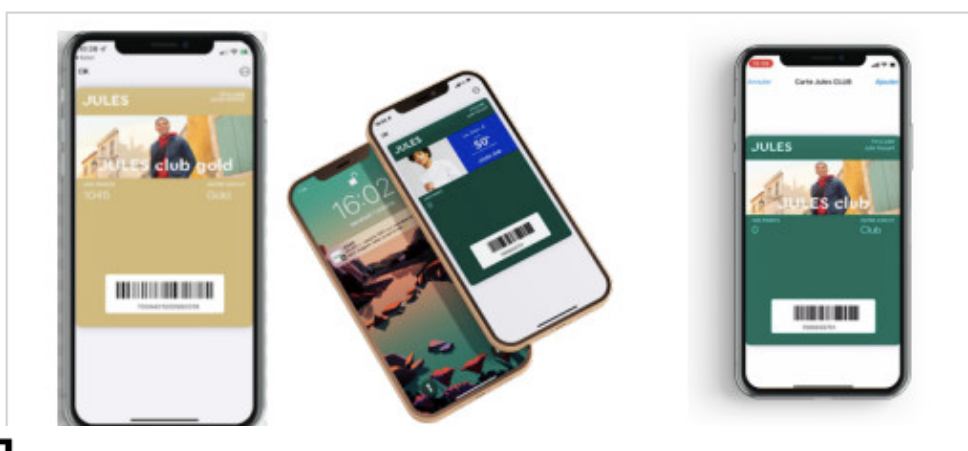
Business

La fréquence d'achat des clients Jules "walletisés" a augmenté de 72%



Rédigé par Mohamad Ali Taha le Mardi 8 Février 2022

JULES dévoile le bilan de la dématérialisation de sa carte de fidélité « JULES CLUB » dans le wallet mobile de ses clients.



JULES, la marque de mode masculine, dévoile le bilan de la dématérialisation de sa carte de fidélité « JULES CLUB » dans le wallet mobile de ses clients, réalisée par la start-up Captain Wallet, pionnière du "wallet marketing".

Pour Jules, l'objectif était de booster sa stratégie omnicanale en mettant en place un dispositif lui permettant d'optimiser les interactions et l'engagement de sa clientèle sur mobile.

"La dématérialisation du programme de fidélité en seulement 2 clics et sans avoir besoin d'une application permet de s'adapter aux usages de ses clients et de disposer d'un point de contact supplémentaire capable de relayer efficacement son plan d'action commercial." explique la marque.

Disponible depuis mai 2020, le service enregistre de très bons résultats auprès des clients qui ont intégré la carte de fidélité « JULES CLUB » dans les wallet de leurs smartphones. La fréquence d'achat des clients actifs walletisés a augmenté de 72% par rapport aux clients non wallétisés, ainsi que le panier moyen des clients actifs walletisés a progressé de 15% par rapport aux clients non wallétisés. Selon le rapport, le chiffre d'affaires annuel moyen pour les clients actifs wallétisés dits « occasionnels » est en hausse de 41% depuis le lancement du wallet par rapport aux non wallétisés.


« En tant que marque de prêt-à-porter, cela nous semblait indispensable d'être toujours dans la poche de nos clients. Le wallet mobile représente, à cet égard, un réel levier dans le cadre de la stratégie omnicanal de la marque avec des résultats impressionnants sur la fréquence d'achats de nos clients », déclare Laura Assedou, cheffe de projet animation commerciale & CRM chez JULES.

Le client a la possibilité d'intégrer sa carte de fidélité « JULES CLUB » dans le wallet de son mobile de plusieurs façons : depuis le site de l'enseigne via son espace personnel, une newsletter, un email dédié au wallet, et même depuis un SMS ou un RCS (Rich Communication Service).


En magasin, les vendeurs peuvent également proposer aux clients de télécharger la carte Jules Club dans leur application wallet en scannant un QR code disponible depuis Butler, l'application interne des vendeurs Jules en magasin. Une fois la carte dans le wallet de sa clientèle, JULES peut déployer une stratégie de communication personnalisée visant à renforcer le lien entre la marque et sa clientèle à travers l'envoi de push notifications.

La marque peut ainsi informer en temps réel ses clients des promotions en cours ou à venir, des soldes, du nombre de points accumulés après chaque achat dans le cadre de son programme de fidélité, de ses actualités, changement de statut, etc. 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 sur l'écran le plus utilisé afin de générer du drive to store/web. Enfin, le wallet est un outil pertinent dans un contexte de crise sanitaire où prévaut toujours le sans contact.

 J'aime 1

 Tweet

 Partager

 Enregistrer

Tags : mobile, smartphone, wallet

A lire également



MARDI 8 FÉVRIER 2022 - 19:00

▸ Selon Bloomberg Apple prépare un nouvel évènement le 8 mars prochain



MARDI 8 FÉVRIER 2022 - 09:48

▸ TikTok dévoile de nouvelles règles pour protéger les jeunes utilisateurs

Ajouter un commentaire

[Technologies](#) | [Entretiens](#) | [Usages](#) | [Business](#) | [Revue de web](#) | [Focus](#)