



Captain Wallet
by Brevo

El Wallet para su estrategia

Las preguntas que se hacen las marcas

La experiencia del cliente

Diferencia con otros canales

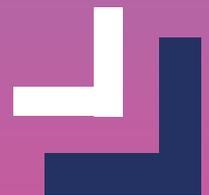
Sin programa de fidelización

Ya tengo una aplicación





**Ya utilizo
muchos canales**



El Wallet no pretende sustituir por completo otros canales de comunicación, sino **complementar los canales tradicionales**, que a menudo ya están saturados. El Wallet nos permite **llegar a los clientes** que se desentienden de las comunicaciones tradicionales, como los correos electrónicos, que rara vez se abren, o los mensajes de texto, considerados como demasiado intrusivos.

30%

Los correos electrónicos tienen una tasa media de apertura de alrededor del 30%

lo que significa que el 70% de los mensajes pasan desapercibidos

70%

Los SMS se perciben como intrusivos, ofrecen una experiencia limitada al cliente, no pueden ser un canal de comunicación exclusivo y son caros.

En resumen

El Wallet, a diferencia de otros canales, **ofrece una experiencia de comunicación premium mediante el envío de notificaciones push específicas**. Todo ello sin necesidad de descargar nada y llegando a los clientes a través de un canal que utilizan a diario: **el móvil**.

El reto reside en que **el tráfico es principalmente móvil**, por lo que es esencial captar a este público. El Wallet permite **captar clientes con sólo dos clics**, ofrece una **tasa de retención incomparable** a la de las aplicaciones móviles y genera tráfico en la tienda y en línea y, por tanto, ¡ventas!

Así pues, **el Wallet viene a complementar el email** (que no ofrece necesariamente el mismo contenido de la misma forma ni con la misma frecuencia) y es un buen sustituto del SMS, ya que **tiene un rendimiento similar a un coste mucho menor**.

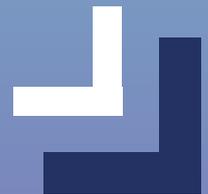


«El Wallet completa la estrategia de comunicación de Jacadi, siendo un canal diferente y más impactante que los canales tradicionales»

Déborah Mazzucato, Directora de Marketing de Jacadi



**No puedo utilizar esta
solución porque
no tengo un programa
de fidelización**



No es necesario tener un programa de fidelización para utilizar nuestra solución porque el Wallet es ante todo un canal de comunicación capaz de difundir las ofertas y los nuevos servicios de una marca mediante notificaciones push. De hecho, casi la mitad de nuestros clientes no disponen de un programa de fidelización y utilizan el Wallet como **medio de transmisión de promociones y marketing**.

Los casos de uso del Wallet son muy variados, pero el común denominador de todos ellos es el uso de notificaciones push para comunicar mensajes importantes. Por tanto, no se trata de reinventar la comunicación vía el Wallet, sino de utilizar este canal **para llegar a sus clientes y transmitir sus mensajes de forma eficaz**.

El caso The Kooples

The Kooples, que **no tiene ni programa de fidelización ni aplicación**, ha optado por el Wallet para complementar sus herramientas de comunicación y **promocionar sus ofertas y servicios**.

El Wallet es el canal que ha permitido a la marca :

+89%

aumentar su volumen de negocio/cliente en un 89%

y su frecuencia de compra/cliente walletizado en un 90%.

+90%





**Ya tengo una
aplicación**



Es perfectamente **posible utilizar el Wallet aunque ya se tenga una aplicación**. De hecho, muchos de nuestros clientes **utilizan ambos canales de forma complementaria**. La aplicación puede ser un medio excelente para captar a sus clientes más activos, pero es importante tener en cuenta que éstos sólo representan

5%

una media del 5% de su base de clientes.

Además, **las aplicaciones suelen tener un alto índice de "eliminación"**, que llega al 90% al cabo de 3 meses, mientras que el Wallet ya está preinstalado y no se puede borrar. Es más, estamos observando una excelente tasa de **retención de tarjetas en los wallet de los consumidores, ique se acerca al 90%! Esta cifra alcanza fácilmente el 98% en el caso de algunos de nuestros clientes minoristas, lo cual prueba definitivamente la popularidad del Wallet.**

En resumen

El Wallet complementa su aplicación y le permite llegar a esa parte de su base de clientes que no utiliza la aplicación. Le permite **llegar a clientes que no están suficientemente motivados** para descargar su aplicación **pero que, no obstante, sí están interesados en su marca** y prefieren optar por recibir notificaciones push a través del Wallet.

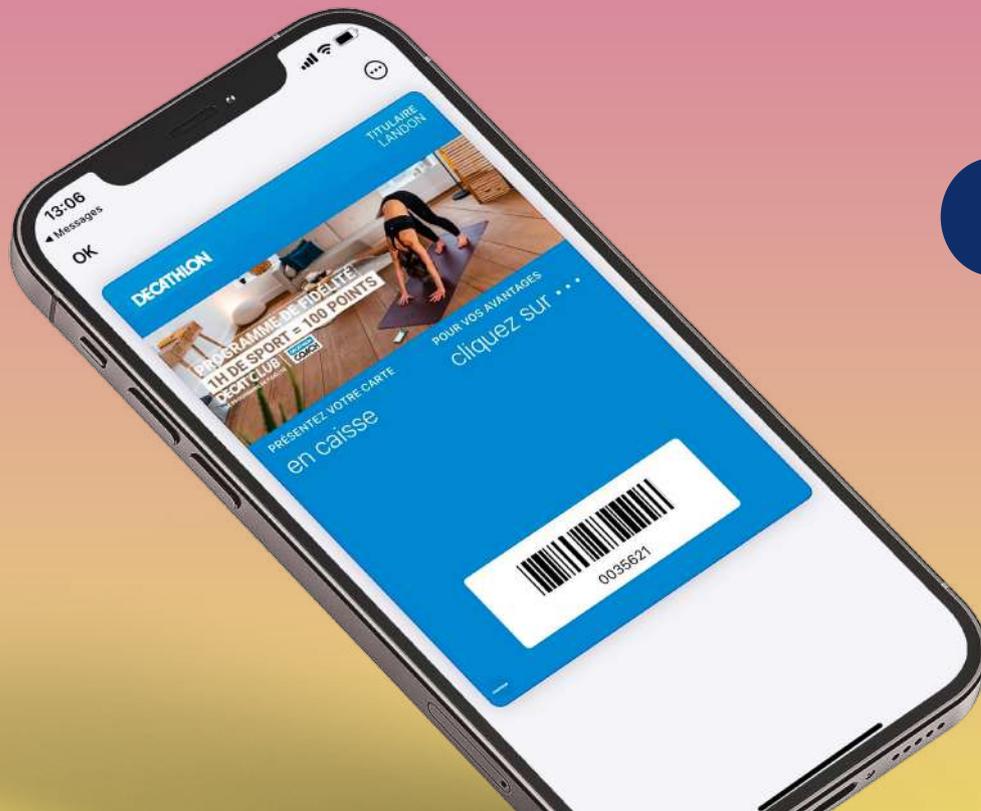


El customer journey se divide entre los que tienen la aplicación y los que tienen el Wallet.

Si un cliente tiene ambos, se da preferencia a la aplicación, puesto que desarrollar y mantener una aplicación puede ser costoso en tiempo y presupuesto.

Sin embargo, muchos clientes utilizan tanto la aplicación como el Wallet de forma complementaria, como es el caso de McDonald's y Decathlon.

También se puede impactar a los usuarios de la aplicación para animarles a descargar el Wallet y **comunicarse así con aquellos que no están suscritos a las notificaciones push de la aplicación**. Así pues, el Wallet y la aplicación pueden utilizarse en **sinergia para llegar a un público más amplio** y captar eficazmente a sus clientes.





**¿Qué ofrece el Wallet
que no ofrezcan otros
canales tan utilizados
como el email o los
SMS?**



El Wallet ofrece claras ventajas sobre los canales más utilizados, como el email o los SMS. En comparación con el correo electrónico, el wallet móvil proporciona mayor visibilidad e impacto, ya que los emails suelen abrirse poco (entre un 20% y un 30%), mientras que **el Wallet hace que las ofertas destacadas de la marca sean visibles para un número más amplio de clientes.** Se calcula que el wallet móvil es

Hasta
10X

más eficaz que los emails para comunicar una oferta.

Comparado con el SMS, **el wallet móvil lo supera en personalización, menor coste unitario** y mejor experiencia cliente. Los SMS suelen ser impersonales y basarse en mensajes transaccionales, mientras que **el Wallet permite enviar notificaciones push ilimitadas y personalizables, lo cual favorece una relación-cliente más profunda.**

En términos de eficiencia y coste, el Wallet es **4 veces más barato que el SMS,** al tiempo que permite una mejor interacción con los clientes.

Además, **el wallet móvil es un canal más atractivo** y sus usuarios realizan, de media, compras más frecuentemente.

El caso Courir

La marca Courir, por ejemplo, ha observado un fuerte aumento de la frecuencia de compra para cada tipo de cliente:

Para los nuevos clientes : x2
en frecuencia de compra y ventas/cliente

Para los clientes activos : x2
de aumento en frecuencia de compra y ventas/cliente

Para clientes inactivos : +30%
en frecuencia de compra y ventas/cliente

El Wallet es un excelente medio para **reactivar una parte de la clientela inactiva (4% de media)**.

Le permite mantener un vínculo regular con sus clientes más allá del emailing. Las notificaciones push pueden utilizarse para impulsar sus ofertas actuales y también **para destacar experiencias o servicios de su marca**.

Los Wallet pueden **fomentar la frecuencia de compra**, ya que, al dirigirse a los clientes de forma eficaz con ofertas personalizadas y adaptadas, las **notificaciones push pueden animarles a realizar una segunda compra**.

El caso L'occitane

25%

Este es el caso de nuestro cliente L'Occitane: el 25% de los clientes que recibieron una notificación push durante el Black Friday **realizaron posteriormente una compra**.

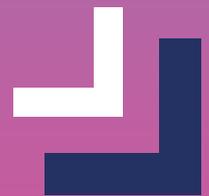
En resumen

En comparación con el correo electrónico y los SMS, **nuestra solución ofrece una alternativa menos saturada, más personalizable y más rentable**, al tiempo que mantiene altas tasas de retención, lo que la convierte en una herramienta preferente para la relación y fidelización de clientes.





**¿Cómo ayuda esta
solución a mejorar la
experiencia-cliente?**



La solución Wallet ayuda a **mejorar la experiencia-cliente de varias maneras**: En primer lugar, ofrece una **experiencia fluida** gracias a la rápida recuperación de la tarjeta (en sólo 2 clics en Apple y 3 clics en Google).

Esto significa que los clientes siempre tienen su tarjeta a mano, directamente en su teléfono, lo que las hace fácilmente accesibles. La mejora de la experiencia del cliente también depende del caso de uso concreto. Por ejemplo, para los programas de fidelización, **el Wallet permite a los clientes tener una visión permanente de sus ventajas de fidelización** y recibir recordatorios que les animan a utilizar su saldo de puntos.

Además, el Wallet también es el canal de comunicación adecuado cuando hablamos de tarjetas de embarque, entradas e invitaciones, ya que las notificaciones push garantizan que los clientes no se olvidan de ningún acontecimiento importante.

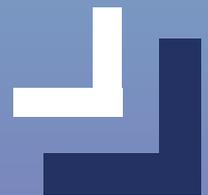
Este es el caso de Salomon, que utiliza el wallet móvil para digitalizar la inscripción a sus eventos. Esto permite a la marca reducir su tasa de inasistencia enviando notificaciones de recordatorio o de modificación del evento a todos sus usuarios inscritos.

En resumen

El Wallet ofrece a los clientes **acceso instantáneo a la información proporcionada por la marca**, sin necesidad de conexión a Internet, de actualizaciones o de búsquedas a través de numerosos correos electrónicos. **Además, las notificaciones push mantienen** a los clientes al día de las nuevas ofertas, servicios y noticias. Por último, **cada tarjeta puede personalizarse con información específica** del cliente, lo que mejora aún más su experiencia!



**¿Cómo puede integrarse
el wallet móvil en una
estrategia omnicanal?**



El Wallet puede integrarse perfectamente en una estrategia omnicanal, ofreciendo un canal complementario al correo electrónico y otros canales tradicionales. Es una forma eficaz de llegar a sus clientes a través de sus dispositivos móviles, con un coste inferior al de los SMS. El Wallet crea un vínculo entre el mundo físico y el digital, impulsando las estrategias «drive-to-store» y «drive-to-web» de las marcas.

Además, hemos desarrollado conectores con líderes del mercado como Selligent, Adobe, Salesforce, etc. que le permiten administrar la actividad de su Wallet y determinar su público objetivo directamente desde tu CRM.

Esta integración facilita el uso del Mobile Wallet en el recorrido de sus clientes y **le permite tener una visión de 360 grados, en armonía con su estrategia omnicanal.**

En resumen, el Mobile Wallet ofrece una **solución práctica y complementaria para llegar a sus clientes a través del móvil** a un coste ventajoso. Gracias a los conectores con los principales CRM del mercado, podrá integrar fácilmente el Mobile Wallet en sus procesos de comunicación e incluirlo en sus customer journeys. Esto le permite tener un enfoque omnicanal consistente, maximizando la efectividad de sus acciones de marketing.

Un estudio ha revelado que los **clientes que utilizan el wallet móvil son tres veces más omnicanal que los que no lo hacen**. Por ejemplo, en el caso de The Kooples, el 52% de los clientes que utilizan el wallet móvil han adoptado un enfoque omnicanal, frente al 16% de los que no lo utilizan.

Por ejemplo, en el caso de The Kooples :

 **52%** de los clientes que utilizan el wallet móvil han adoptado un enfoque omnicanal

 **16%** de los que no lo utilizan



Captain Wallet
by Brevo



Captain Wallet
is made with love by
Carving Labs

Email
hello@captainwallet.com

Teléfono
+ 33 1 75 43 60 71

Dirección
106 boulevard Haussmann
75008 Paris, France

SOLICITE UNA DEMOSTRACIÓN

Más de 200 clientes confían en nosotros

Intermarché

JULES

LEÓN

CENTRAKOR



TRUFFAUT

TOTAL

DECATHLON

CORSAIR

GÉMO



IKKS

INTERSPORT SARENZA.

ACCOR

L'OCCITANE
EN PROVENCE

Rakuten

Carrefour



botanic

BW | Best Western.
Hotels & Resorts

NATURE &
DECOUVERTES

castorama

maison 123
PARIS

ARTOUCHE

AU BUREAU

Feu Vert

Jacadi
PARIS