



## 3 CASOS CLIENTE CONCRETOS CON EL WALLET MÓVIL

*Ejemplos, estrategias, cifras y visuales*

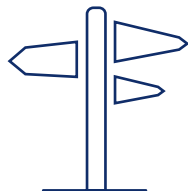
SECTOR DE LA MODA

JULES

 COURIR®

THE  
KOOPLÉS

# ÍNDICE



**INTRODUCCIÓN SOBRE EL WALLET  
Y SUS APLICACIONES**  
P.1-3



**COURIR**  
P.4



**JULES**  
P.10



**THE KOOPLES**  
P.15

# CONOCES EL MOBILE WALLET ?

El wallet móvil es una **aplicación móvil nativa** en todos los iPhone (denominada «Cards») y que tiende a estar también presente en todos los Android (denominada «Google wallet», anteriormente «Google Pay»).

Gracias a estas aplicaciones wallet, **un usuario puede digitalizar cualquier soporte en su smartphone** : tarjetas de fidelización, cupones de descuento, boarding pass, tarjetas de pago de terceros, recibos click & collect i y mucho más !

En 2021, el **38,7% de los franceses conocía esta aplicación** y, de entre ellos, el **56% la había utilizado** para registrar sus tarjetas de fidelización. Números que no paran de aumentar de año en año.

Canal relacional por excelencia, el wallet móvil **permite enviar notificaciones push** a todos sus clientes «walletizados». Un soporte que apela a empresas de todos los sectores.

# ESTOS SON LOS TRES ESCENARIOS QUE VERÁS EN ESTE BOOK

TARJETAS DE  
FIDELIZACIÓN

**C**  
COURIR®

JULES

TARJETAS  
PROMOCIONAL

**THE  
KOOPLER**

CAPTACIÓN  
EN PDV

**C**  
COURIR®

**THE  
KOOPLER**  
JULES



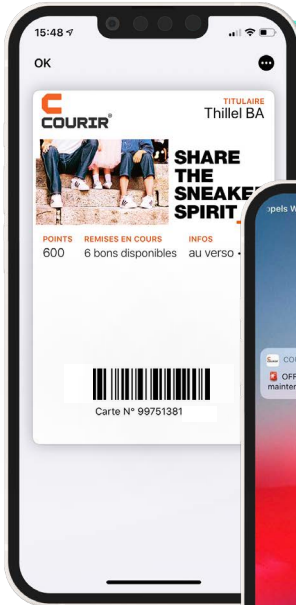
# EL SECTOR DE LA *MODA*



C  
COURIR<sup>®</sup>

¿Cómo el wallet móvil ha permitido a Courir **uplicar la frecuencia de compra** y aumentar la **facturación/cliente** en un 30 %?

# LOS OBJETIVOS



Courrir ha elegido el wallet móvil para acompañar su despliegue en Europa al tiempo que aumenta la capacidad de respuesta desde su base existente en Francia

- 1 **Aumentar la cesta media y la frecuencia de compra**
- 2 **Adquirir y retener nuevos clientes**
- 3 **Crear una base de clientes en España con acciones en punto de venta**

# EL RESUMEN DE LA ESTRATEGIA

## 1 LOS PUNTOS DE CONTACTO



### FLYERS EN TIENDA

Se disponen en tienda unos flyers con un código QR para que el cliente pueda escanear y rellenar un formulario para descargar la tarjeta



### SMS

Se envía un SMS al cliente con un enlace para descargar la tarjeta



### EMAILS

Se coloca un enlace y un espacio dedicado al wallet en los emails

## 2 LA TARJETA ESTÁ EN EL MÓVIL DEL CLIENTE



### LA TARJETA ESTÁ DESCARGADA

La tarjeta es accesible en 2 clics desde la aplicación wallet



### LAS INFORMACIONES SE ACTUALIZAN AUTOMÁTICAMENTE

El número de puntos del cliente y sus descuentos evolucionan en función de sus compras



### SE NOTIFICA AUTOMÁTICAMENTE AL CLIENTE

Cada vez que su saldo cambia o que recibe un descuento, se le envía una notificación

## 3 LA MARCA SE DIRIGE A SUS CLIENTES



### LA TARJETA EVOLUCIONA SEGÚN LAS OFERTAS

Cada vez que la marca programa rebajas, promociones, etc., las informaciones sobre la tarjeta y su diseño cambian



### EL CLIENTE RECIBE UNA NOTIFICACIÓN

En función de la promoción, la marca decide cuántas notificaciones enviar a sus clientes



# LOS RESULTADOS DE FIDELIZACIÓN



**+30 %**

Sobre la frecuencia de compra y facturación de los **clientes inactivos**

Sobre la frecuencia de compra y la facturación de los **nuevos clientes**

**x2**

**x2**

Sobre la frecuencia de compra y la facturación de los **clientes activos**

# LOS RESULTADOS DE LA ADQUISICIÓN

Tarjetas descargadas en  
2 días, en 17 tiendas  
en España

**1,000**

**13,000**

Tarjetas Raffles Courir  
descargadas en 1 mes  
en España



# TESTIMONIO



*Poco más de un año después de la implementación del wallet en Francia y en el extranjero, los resultados confirman nuestra elección estratégica de invertir en este canal para fortalecer nuestro vínculo con nuestros clientes.*

*Hoy en día, nuestros clientes esperan una interacción más simple y premium que va más allá de la búsqueda de unos sneakers : quieren estar al día respecto a las nuevas colecciones y las mejores ofertas.*

*Esto es lo que les ofrecemos con el wallet.*

*Graziella Kaeuffer-Royer  
Directora CRM en COURIR*





# JULES

¿Cómo aumenta Jules hasta un 72% la frecuencia de compra de sus clientes activos en el wallet móvil?

# LOS OBJETIVOS



Tras el lanzamiento del nuevo programa de fidelización de Jules y al no tener aplicación, la marca ha elegido el wallet para transmitir de manera efectiva sus ofertas respecto al Club.

- 1 **Disponer de un medio de comunicación para difundir ofertas relacionadas con el Club**
- 2 **Enviar ofertas comerciales de para animar la comunidad**
- 3 **Convertir el wallet en una de las principales herramientas de su estrategia omnicanal**

# EL RESUMEN DE LA ESTRATEGIA

## 1 LOS PUNTOS DE CONTACTO



### EN TIENDA MEDIANTE LA APLICACIÓN INTERNA

Los clientes pueden descargar la tarjeta Jules desde la aplicación interna de los vendedores gracias a un código QR



### SMS

Se envían SMS a los mejores clientes con un enlace de descarga



### EMAILS Y SITIO WEB

Se reserva un espacio dedicado al wallet en los e-mails, newsletters y sitio web

## 2 LA TARJETA ESTÁ EN EL MÓVIL DEL CLIENTE



### LA TARJETA ESTÁ DESCARGADA

El cliente puede encontrar su tarjeta fácilmente desde su aplicación wallet



### LAS INFORMACIONES Y EL DISEÑO EVOLUCIONAN AUTOMÁTICAMENTE

El número de puntos y el estatus del cliente se actualizan después de cada compra.



### EL CLIENTE ES NOTIFICADO AUTOMÁTICAMENTE

Jules envía una notificación automática al cliente cuando su estatus o su saldo cambian

## 3 LA MARCA SE DIRIGE A SUS CLIENTES



### LA TARJETA EVOLUCIONA SEGÚN LAS OFERTAS

Cada vez que la marca programa rebajas, promociones, etc., las informaciones sobre la tarjeta y su diseño cambian



### EL CLIENTE RECIBE UNA NOTIFICACIÓN

En función de la promoción, la marca decide cuántas notificaciones enviar a sus clientes

# LOS RESULTADOS



frecuencia de compra  
de clientes walletizados  
activos

**+72%**

**+15%**

gasto de cesta promedio  
de clientes activos

El wallet, una solución omnicanal: los clientes “walletizados” compran tanto en la web como en tienda

# TESTIMONIO

*El wallet es una herramienta de apoyo en relación al programa de fidelización y es un verdadero impulsor de la estrategia de marca, la estrategia comercial y la difusión de ofertas.*

*Laura Assedou*  
*Jefa de Proyectos de Animación Comercial y CRM en JULES*





# THE KOOPLES

¿Cómo aumenta The Kooples  
su facturación/cliente en un  
89% con el wallet móvil?



# LOS OBJETIVOS



Al no tener una aplicación y no querer desarrollarla por motivos de rendimiento, The Kooples ha querido crear un canal móvil para potenciar su programa relacional.

- 1 **Completar la estrategia de comunicación 1 to 1 con un nuevo canal móvil**
- 2 **Dirijase a una población joven, Generación Z, que rara vez abre newsletters**
- 3 **Añadir un canal adicional de presión comercial, más allá de las newsletters y los SMS**

# EL RESUMEN DE LA ESTRATEGIA

## 1 LOS PUNTOS DE CONTACTO



### EN TIENDA

Se disponen en el punto de venta unos códigos QR para descargar la tarjeta (en caja y en los teléfonos de los vendedores)



### SITIO WEB

Un espacio dedicado al wallet aparece en la web, en versión móvil y escritorio



### EMAILS

Un espacio promocionando el wallet se presenta en los emails de confirmación de pedido, los emails dedicados y todas las newsletters

## 2 LA TARJETA ESTÁ EN EL MÓVIL DEL CLIENTE



### LA TARJETA ESTÁ DESCARGADA

El cliente puede encontrar su tarjeta fácilmente desde su aplicación wallet



### INFORMACIONES A MANO

El cliente encuentra en su tarjeta wallet su tienda de referencia y puede acceder fácilmente al sitio web y seguimiento de sus pedidos



### IDENTIFICACIÓN RÁPIDA

El código de barras presente en la tarjeta permite al cliente ser identificado rápidamente en caja

## 3 LA MARCA SE DIRIGE A SUS CLIENTES



### LA TARJETA EVOLUCIONA SEGÚN LAS OFERTAS

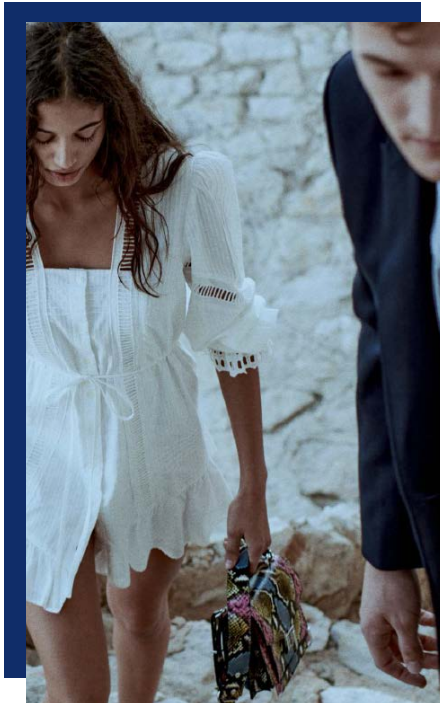
Cada vez que la marca programa rebajas, promociones, etc., las informaciones sobre la tarjeta y su diseño cambian



### EL CLIENTE RECIBE UNA NOTIFICACIÓN

En función de la promoción, la marca decide cuántas notificaciones enviar a sus clientes

# LOS RESULTADOS



**+89%**

facturación por  
cliente walletizado

**+90%**

frecuencia de compra  
por cliente walletizado

# LOS RESULTADOS

de los clientes walletizados son **omnicanal** (frente al 16 % de los no walletizados)

**52%**

tasa de **retención** de tarjetas en los wallets de los clientes

**98%**



# TESTIMONIO

*El wallet móvil nos permite llegar a nuestros clientes de manera eficiente y completa perfectamente nuestra estrategia de comunicación 1 to 1. Además, nos permite generar contenido mucho más personalizado gracias a las notificaciones push y poder llegar a clientes difíciles de alcanzar a través de los canales tradicionales.*

*Inès de Champroux  
Responsable de Experiencia y Adquisición de clientes en THE KOOPLES*



# LA ÚLTIMA PALABRA

¡Una infinidad de escenarios son posibles con el wallet!

Ya sea en el sector de la moda o en el comercio minorista, el caso de cada cliente es único y presenta diferentes usos posibles del wallet.

La digitalización de la tarjeta de fidelización, la tarjeta promocional, los bonos de descuento... ¡todo es posible con este canal de comunicación!

Descubre la solución Captain Wallet por ti mismo y como ésta puede adaptarse a tu marca.

**Gracias a todas las marcas presentes en este libro**

JULES

 **COURIR**<sup>®</sup>

**THE  
KOOPLÉS**



**Captain Wallet**  
is made with love by  
Carving Labs

**Email**  
hello@captainwallet.com

**Teléfono**  
+ 33 1 75 43 60 71

**Dirección**  
106 Bd Haussmann,  
75008 Paris, France

## Más de 200 clientes confían en nosotros

