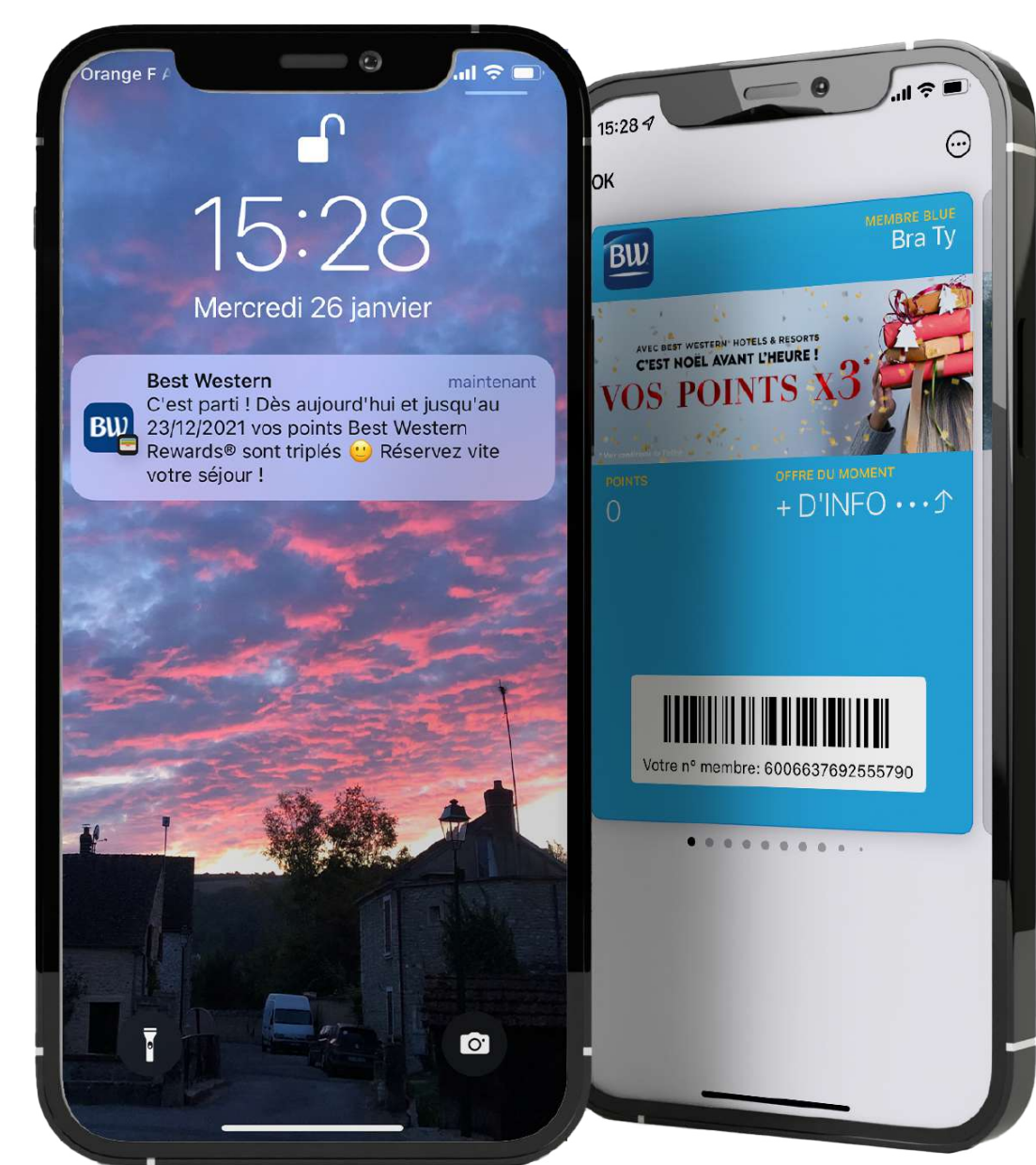




X



# CASO DE ÉXITO

*REACTIVA SUS CLIENTES E IMPULSA LA FIDELIZACIÓN CON EL WALLET MÓVIL*



# ACERCA DE BEST WESTERN FRANCE



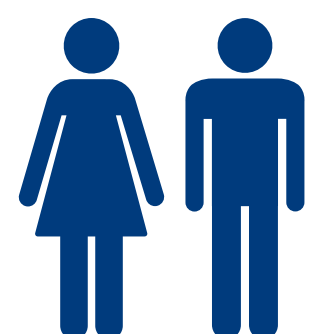
Fundada en 1946, a nivel internacional



1ª cadena de hoteles independientes  
de Francia



4700 hoteles en todo el mundo, de los  
cuales aproximadamente 300 en Francia



Oferta hotelera adaptada a la clientela de  
ocio y a los profesionales



Best Western®



## Mélanie Le Livec

Directora de Marketing y Comunicación de Best Western France

« Nuestra idea principal era comunicar operaciones promocionales a través del wallet móvil. Luego llegó la crisis sanitaria y cambiamos nuestro modo de funcionamiento, así como nuestra idea del uso del wallet para cumplir nuestros objetivos de salida del primer confinamiento. »

1

Ofrecer un canal directo con el consumidor de Best Western France

2

Desarrollar un punto de contacto digital como solución de plan de recuperación

3

Transmitir eficazmente las ofertas del club de fidelización Best Western Rewards® a nuestros clientes más fieles

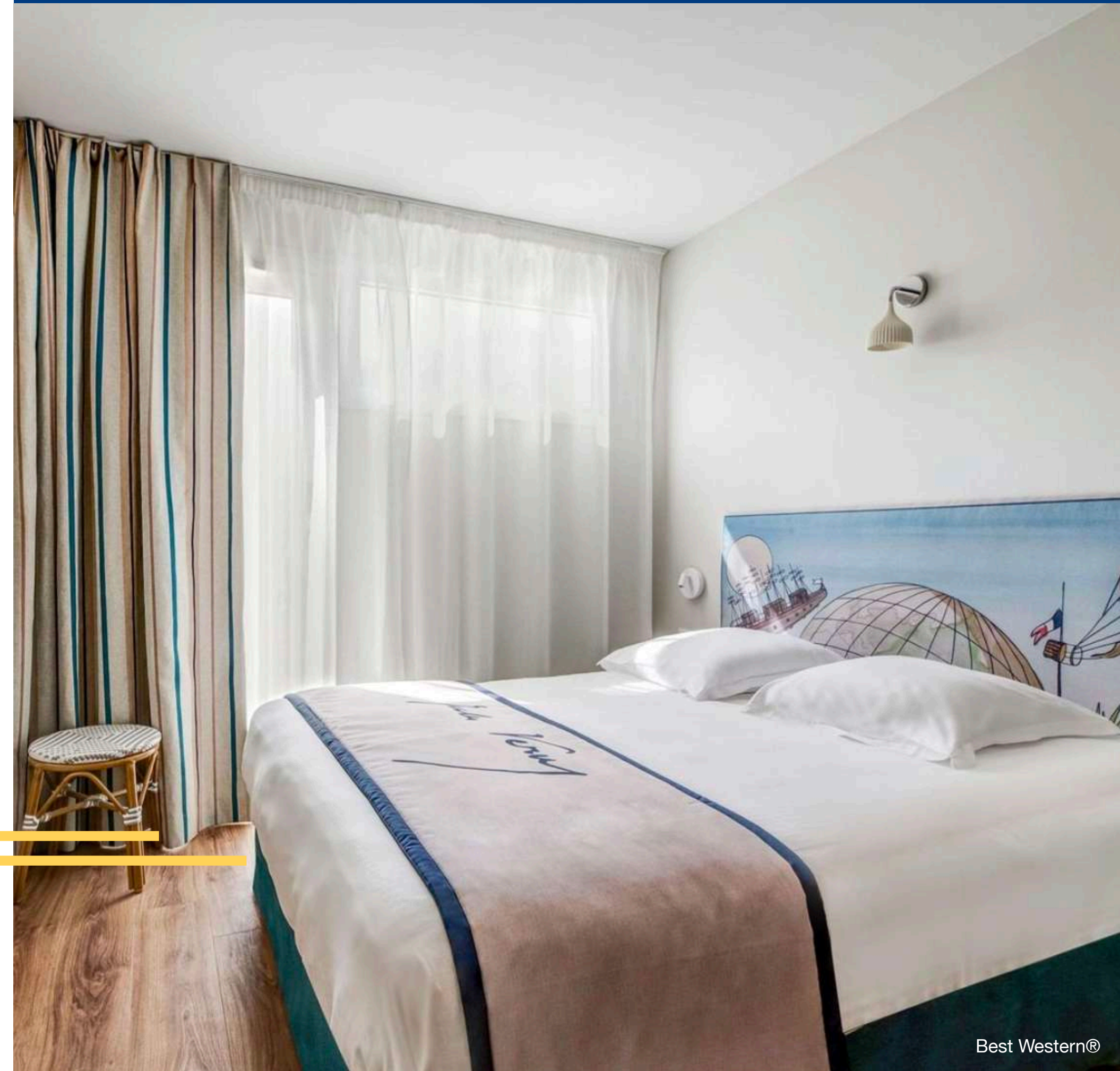
---

---

# CÓMO BEST WESTERN FRANCE UTILIZA EL WALLET MÓVIL

---

---



Best Western®

# Elección del wallet

Como un plan de recuperación eficaz

## El wallet permite:

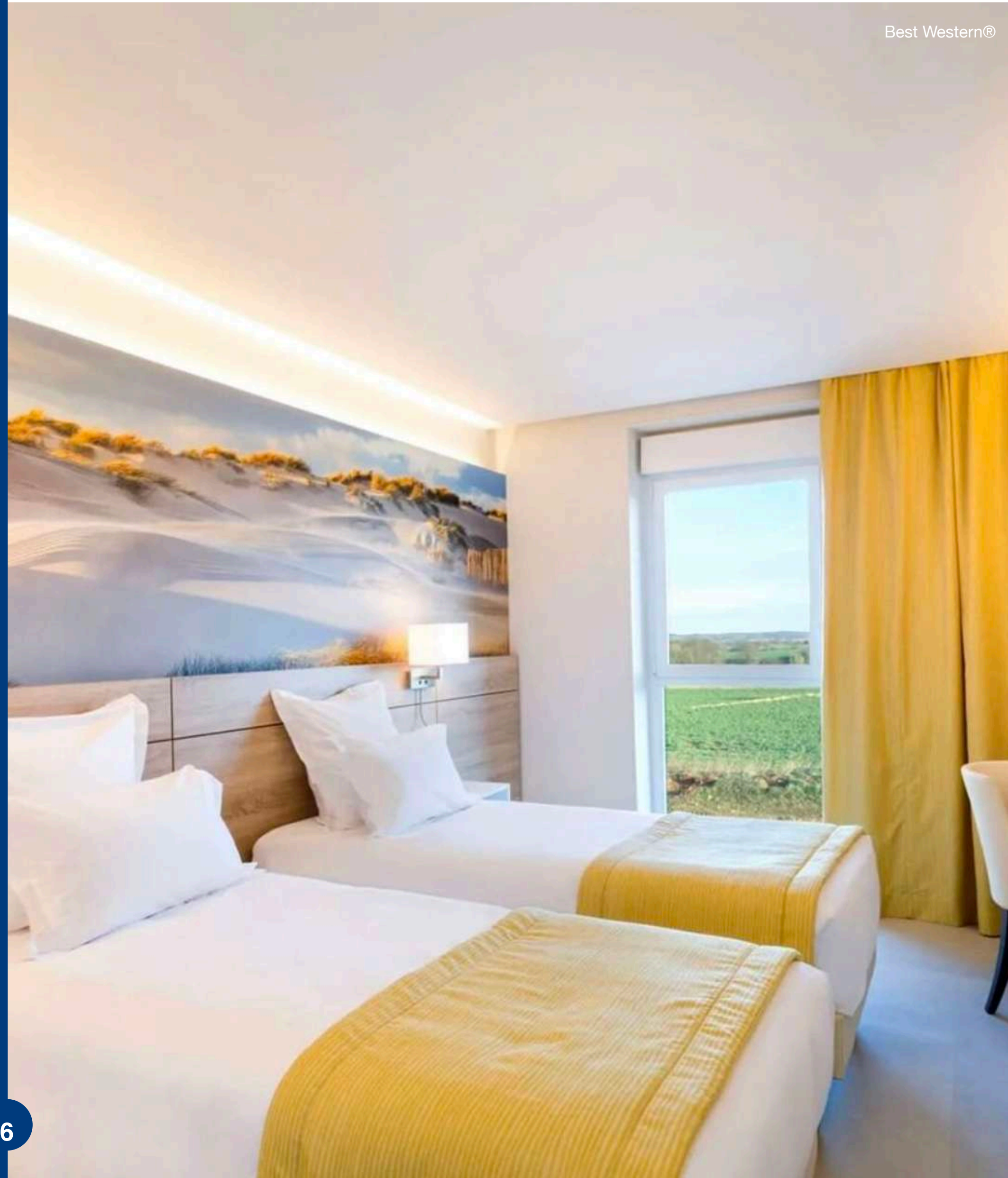
- **Permanecer en la mente de los clientes** sin ser demasiado intrusivo, al enviar notificaciones personalizadas.
- **Incitar a la reserva en directo** en el sitio web **[bestwestern.fr](https://www.bestwestern.fr)** retransmitiendo las ofertas del club de fidelidad
- **Desarrollar un punto de contacto adicional**, más allá de los canales **tradicionales**

Best Western®



# Elección del wallet

Como un plan de recuperación eficaz



## Ejes del plan de recuperación

- **Dar vida a las ofertas relacionadas con el club de fidelización y transmitir las gracias** gracias al envío de notificaciones push.
- **Reactivar los clientes inactivos y en riesgo de baja:** impulsar ofertas destinadas a este grupo.
- **Retención del cliente:** mantener a los «superclientes», es decir, aquellos con la facturación/cliente más alta.

# ¿CÓMO FUNCIONA?



El cliente digitaliza su tarjeta de fidelización a través de cualquier medio de comunicación con un CTA que anima a la adición de la tarjeta wallet.

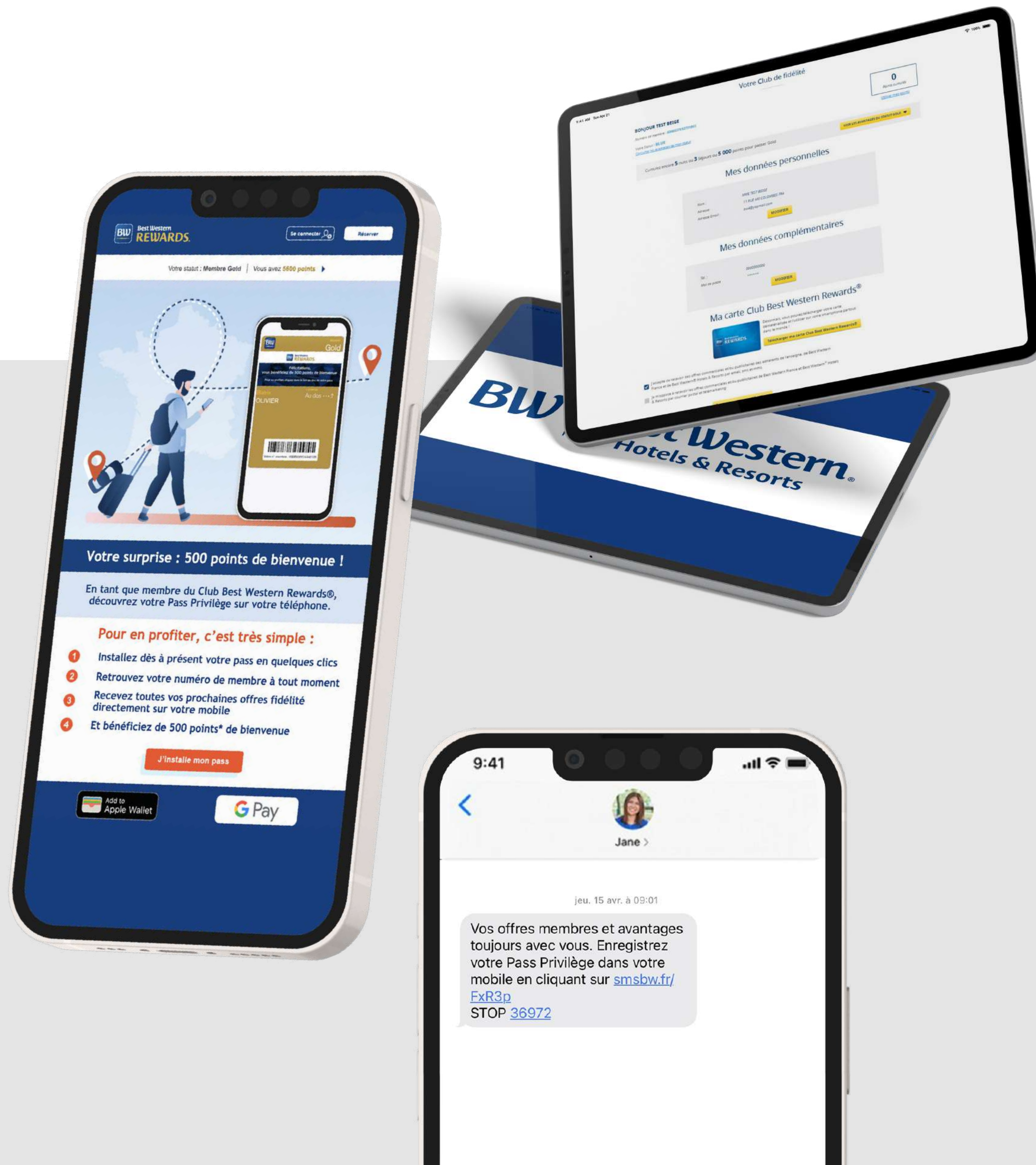


La tarjeta wallet se descarga en el móvil del cliente.



La tarjeta se anima, se actualiza y se envían notificaciones personalizadas a los clientes.

# PRIMER PASO



Un paso importante que tiene como objetivo **maximizar el número de clientes que usan el wallet** consiste en utilizar todos los medios de comunicación de los que dispone la marca. Captain Wallet proporciona un enlace que se puede poner detrás de un botón o código QR.

## Las herramientas de Best Western France

Correo electrónico de confirmación de reserva en [bestwestern.fr](https://bestwestern.fr)

SMS exclusivo

Correo electrónico exclusivo

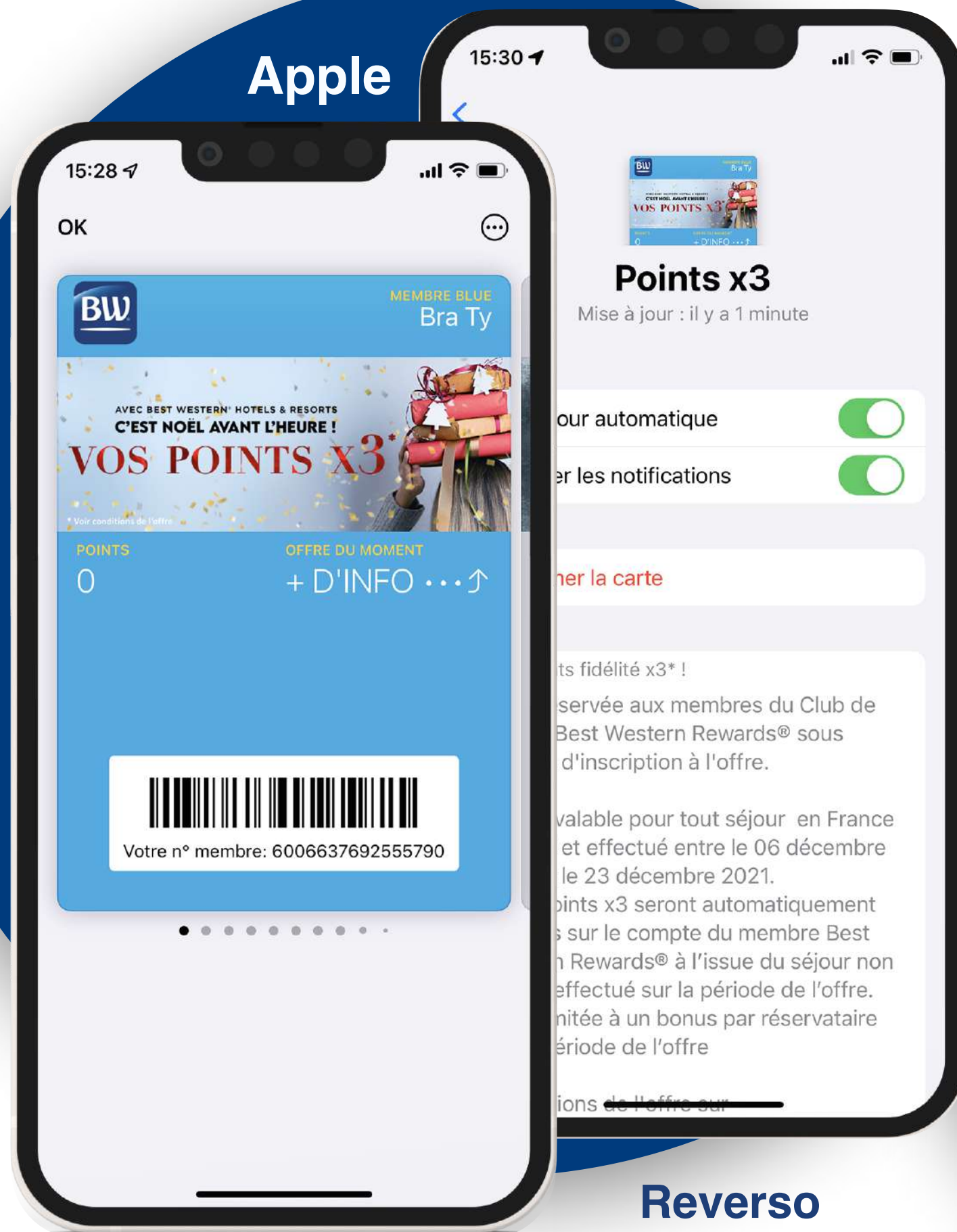
Espacio del cliente

Correo electrónico de agradecimiento



# ANIMACIÓN

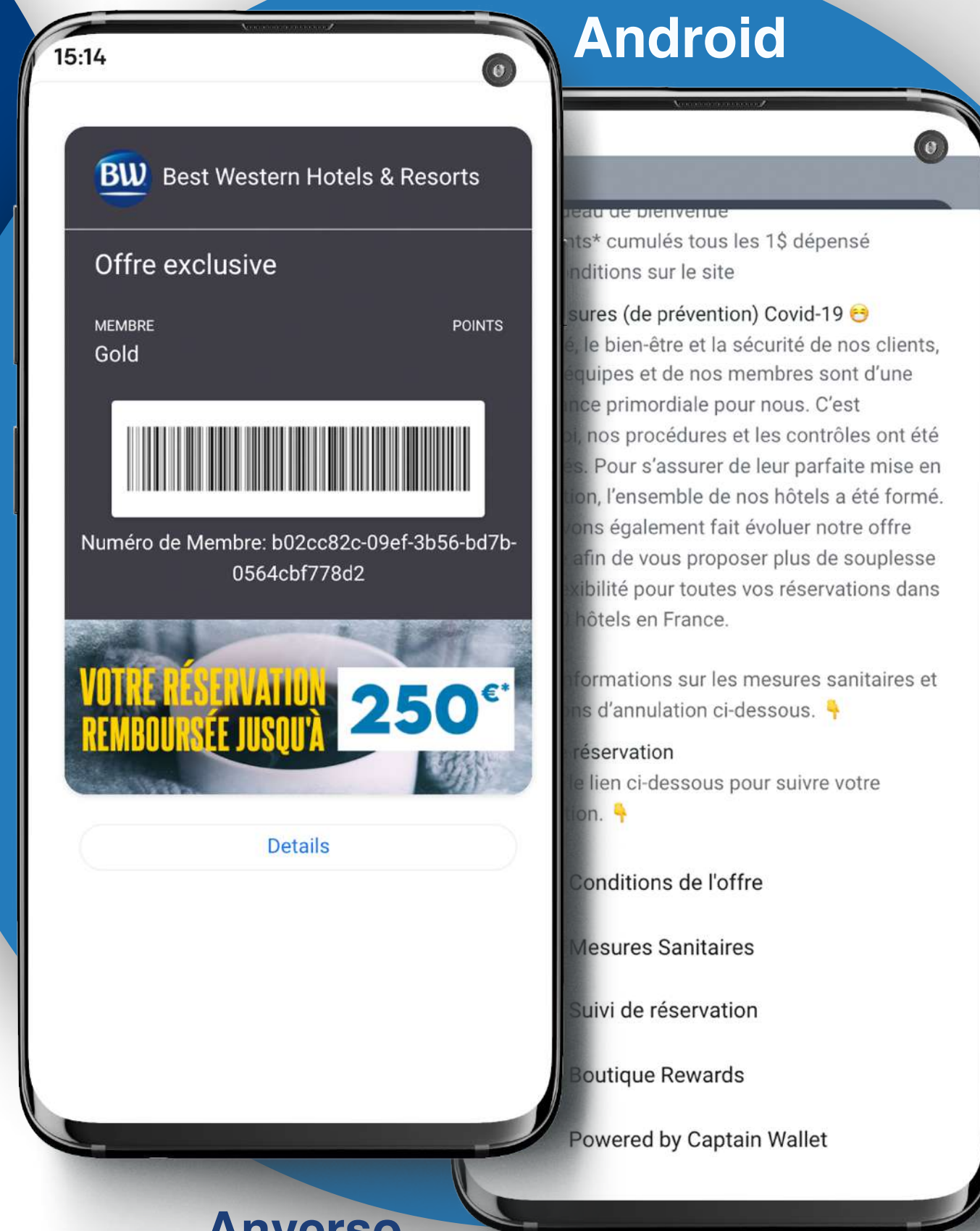
Apple



Anverso

Reverso

Android



Anverso

Reverso

Best Western France ofrece su tarjeta de fidelización en Apple y Android.

El grupo hotelero secuencía sus campañas a un ritmo de una decena de campañas al año, según las operaciones promocionales.

# ACTIVAR LA TARJETA A TRAVÉS DEL PROGRAMA DE MIEMBROS

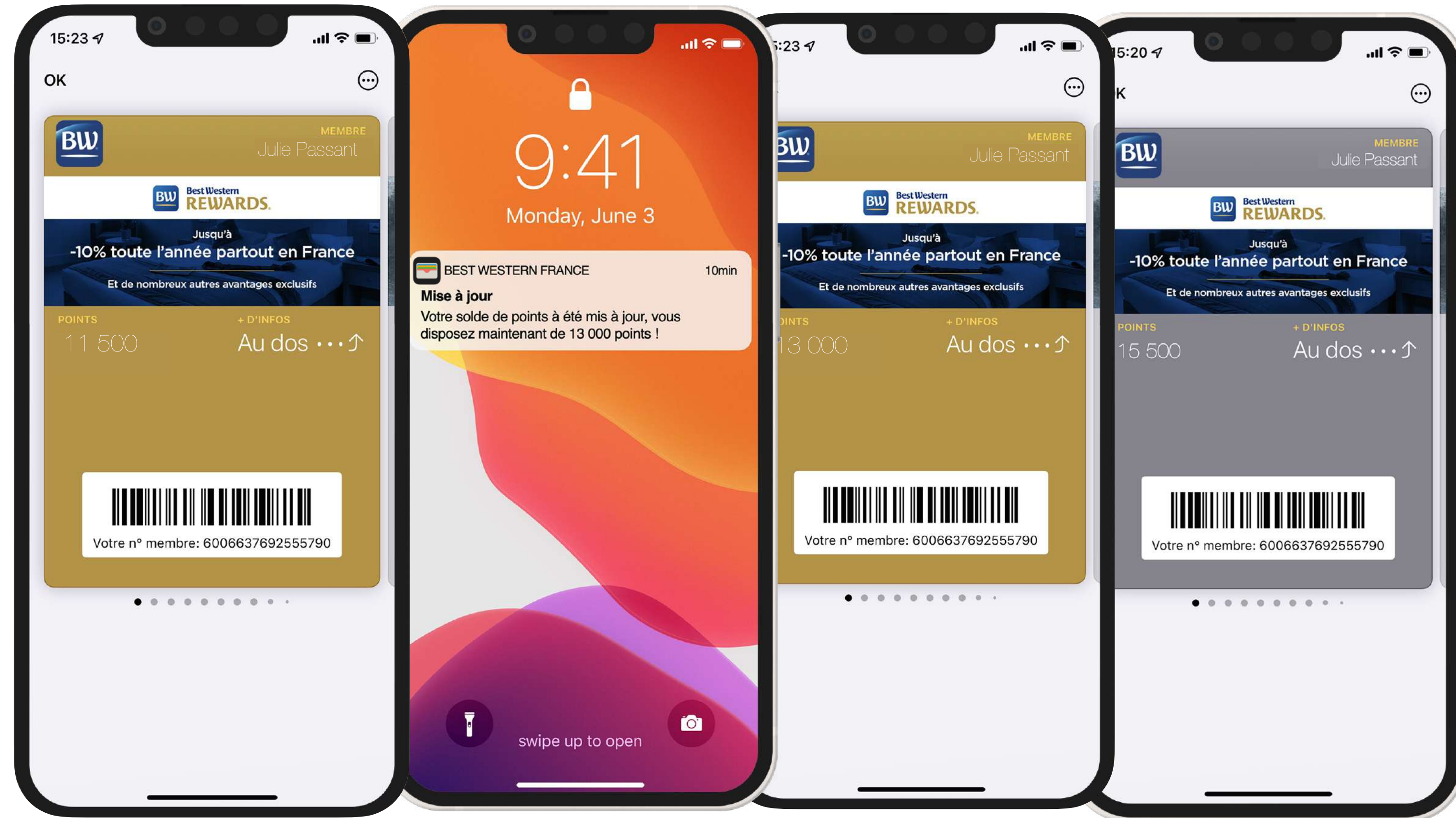


Best Western ha decidido enriquecer su programa de fidelización con notificaciones más personalizadas relacionadas con el ciclo de vida del cliente



El wallet móvil permite reducir la presión comercial en comparación con los correos electrónicos o el envío de un mensaje genérico.

**Objetivo:** permitir que un máximo de clientes conozcan rápida y eficazmente su nuevo saldo de puntos y otras informaciones en su perfil.

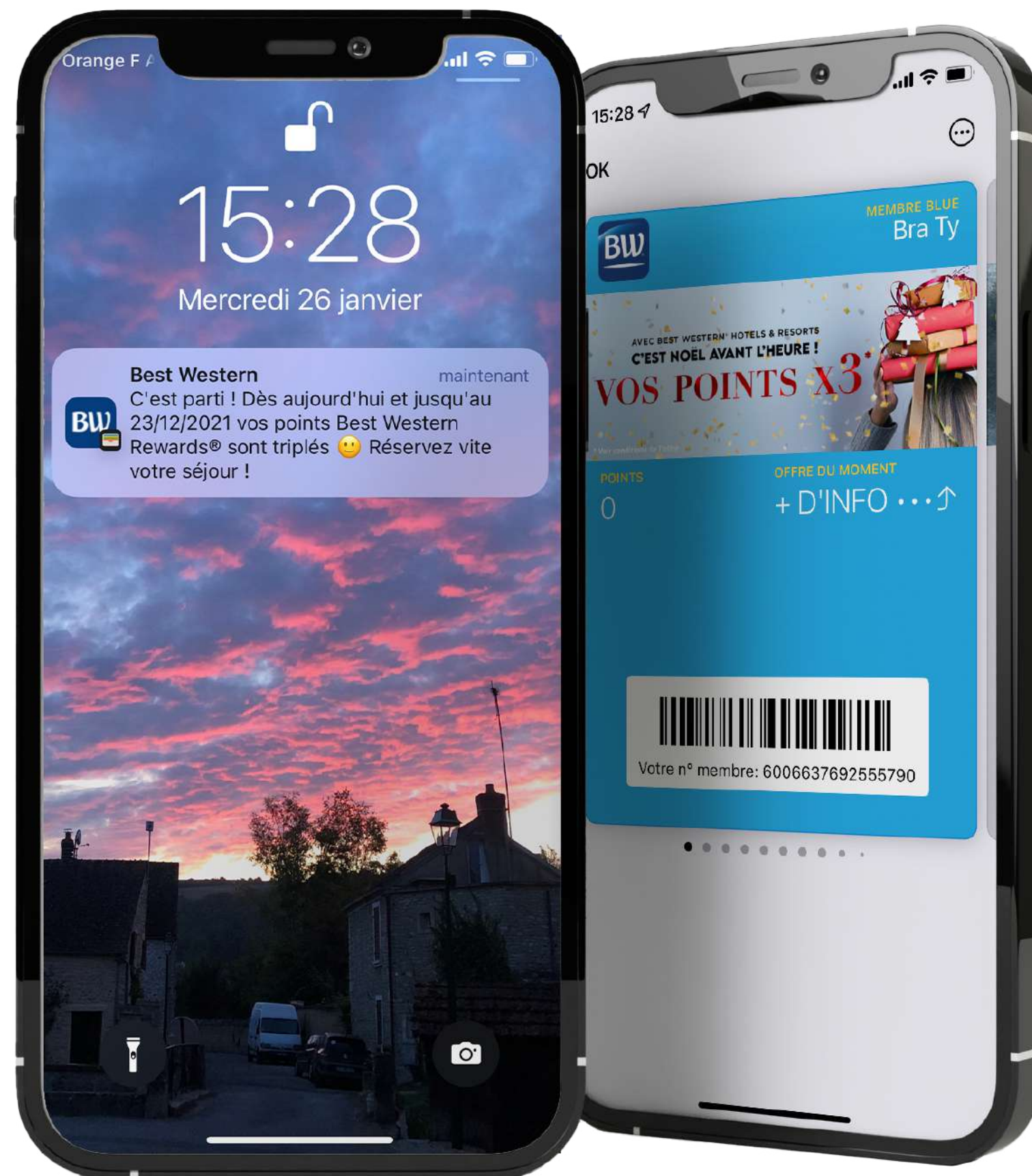


Notificación recibida cuando el cliente obtiene puntos

Actualización automática del saldo de puntos

15 000 puntos alcanzados: la tarjeta pasa a Platinum

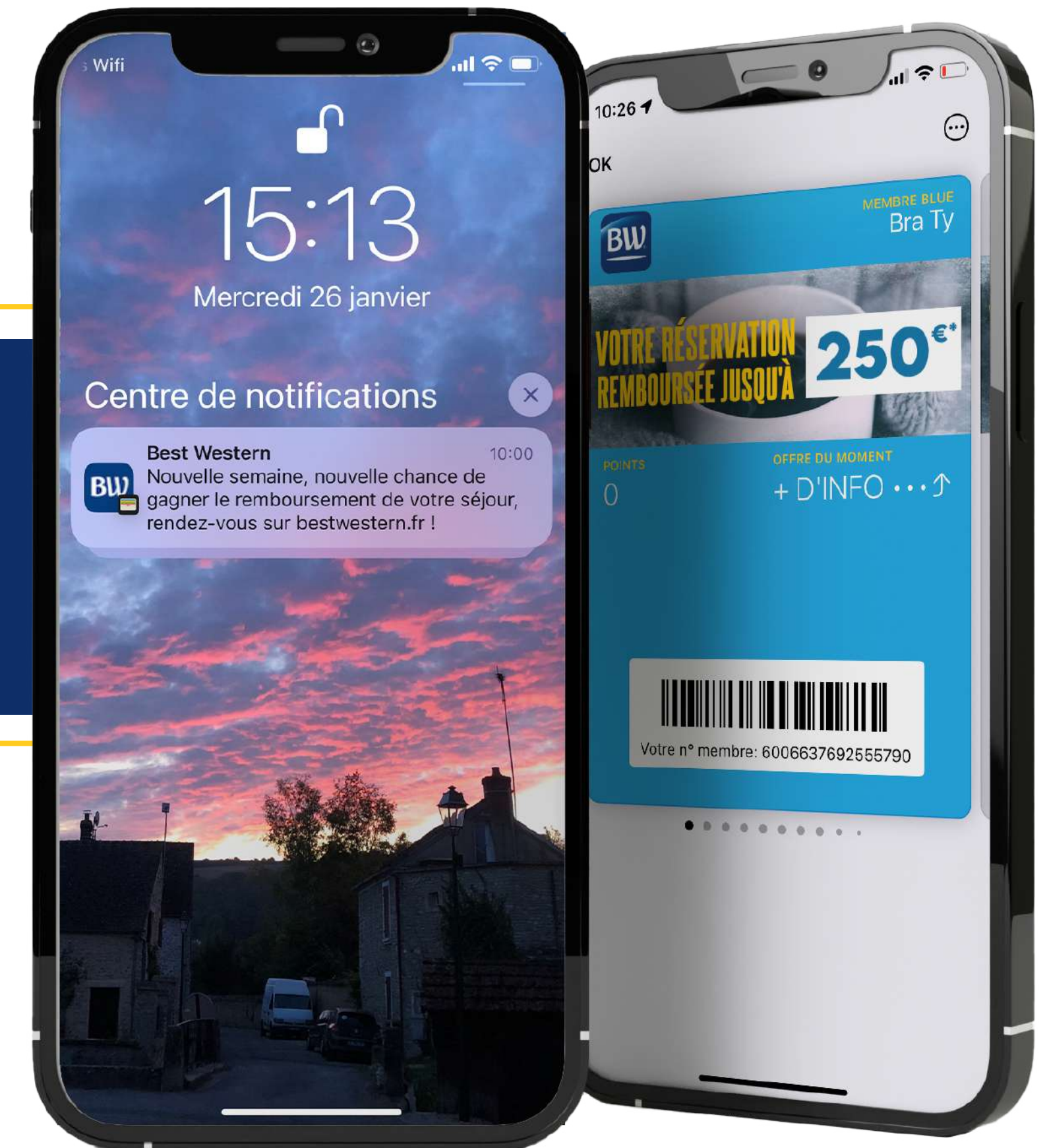
# DAR VIDA A LA TARJETA DE FIDELIZACIÓN A TRAVÉS DE OFERTAS Y TRANSMITIRLAS A TRAVÉS DE NOTIFICACIONES



Oferta de ventajas exclusivas

Best Western France emplea el wallet móvil para comunicar sus ofertas y promociones durante todo el año.

Las comunicaciones se envían a un segmento de clientes o a toda la base de clientes.



Oferta de reembolso



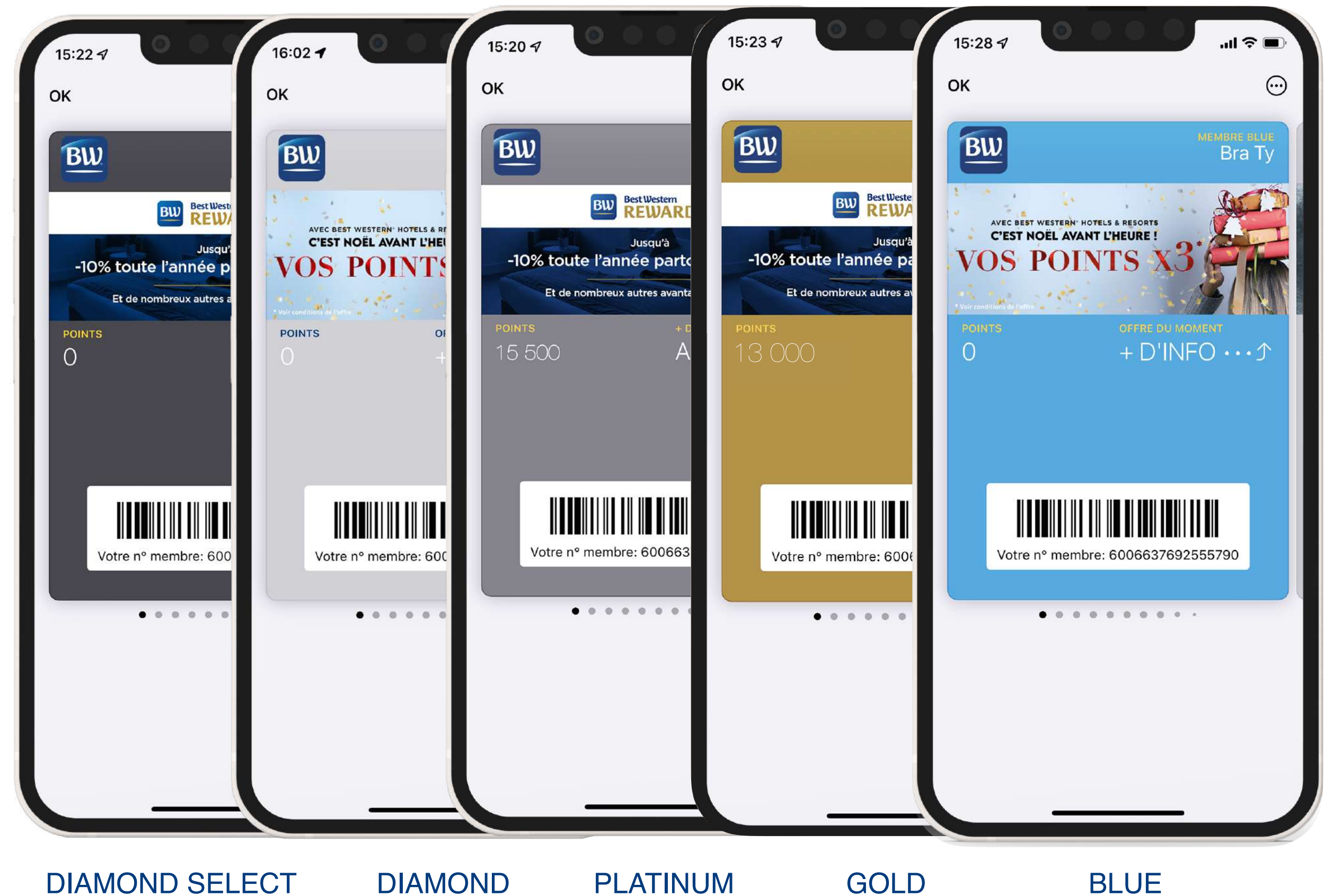
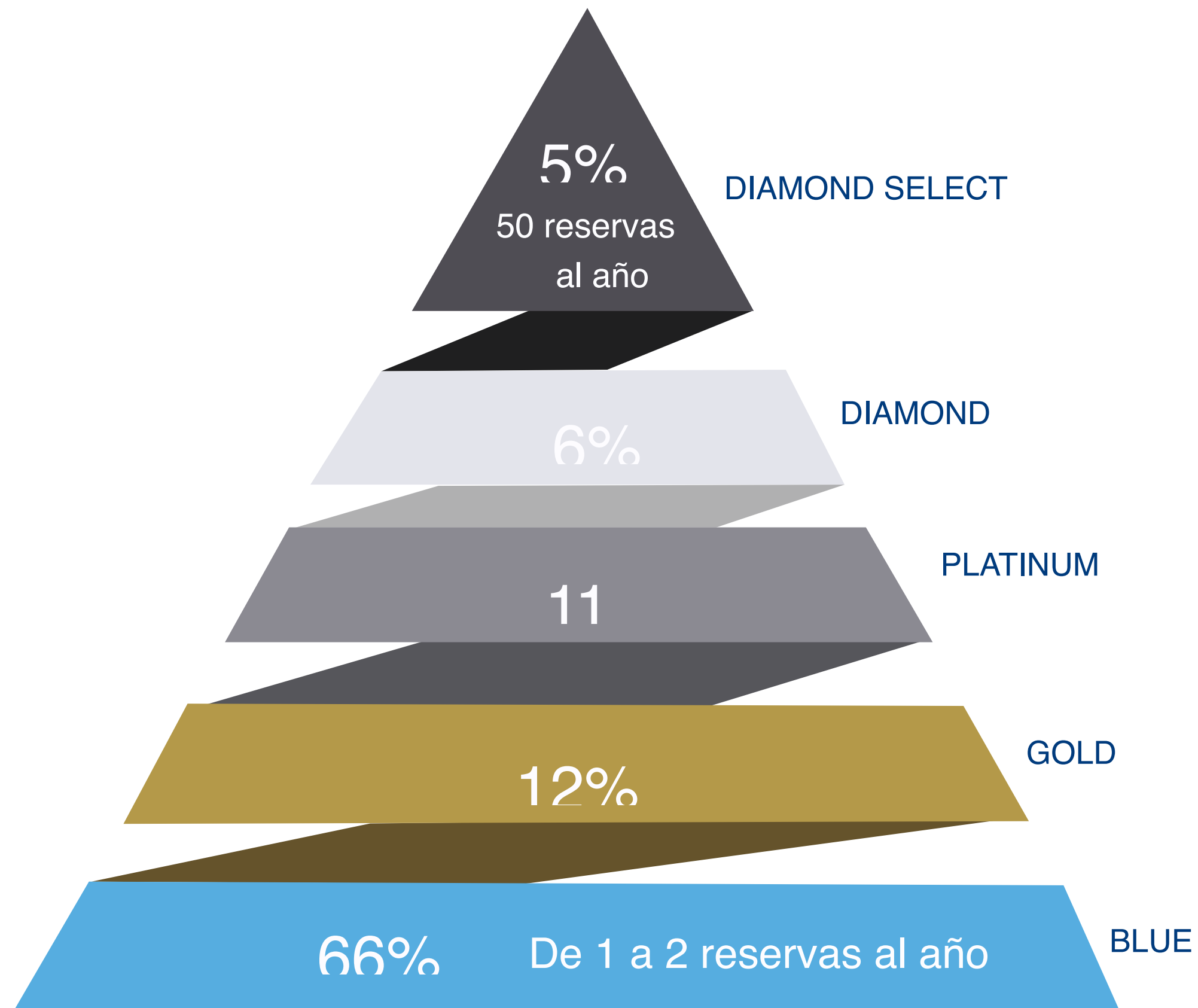
---

# ¿QUIÉN UTILIZA LA TARJETA DE FIDELIZACIÓN BEST WESTERN REWARDS®?

---

# DESGLOSE DE LOS USUARIOS DEL WALLET MÓVIL POR NIVELES

Los clientes con un nivel de fidelización “Diamond Select” representan una parte muy pequeña de la base de clientes. Con una tasa de **suscripción voluntaria al wallet del 5%**, son los clientes más fieles y que más cargan el wallet en su móvil.



# EL WALLET: UN CANAL DE COMUNICACIÓN PRIVILEGIADO

Para los miembros de los niveles Diamond y Diamond Select

Best Western France da prioridad al wallet móvil para promocionar sus ofertas. La tasa de alcance es mucho mayor que con otros canales para este grupo de clientes

*Entre los miembros de los niveles Diamond y Diamond Select*

72%

de suscripción voluntaria al wallet

65%

de suscripción voluntaria a SMS

43%

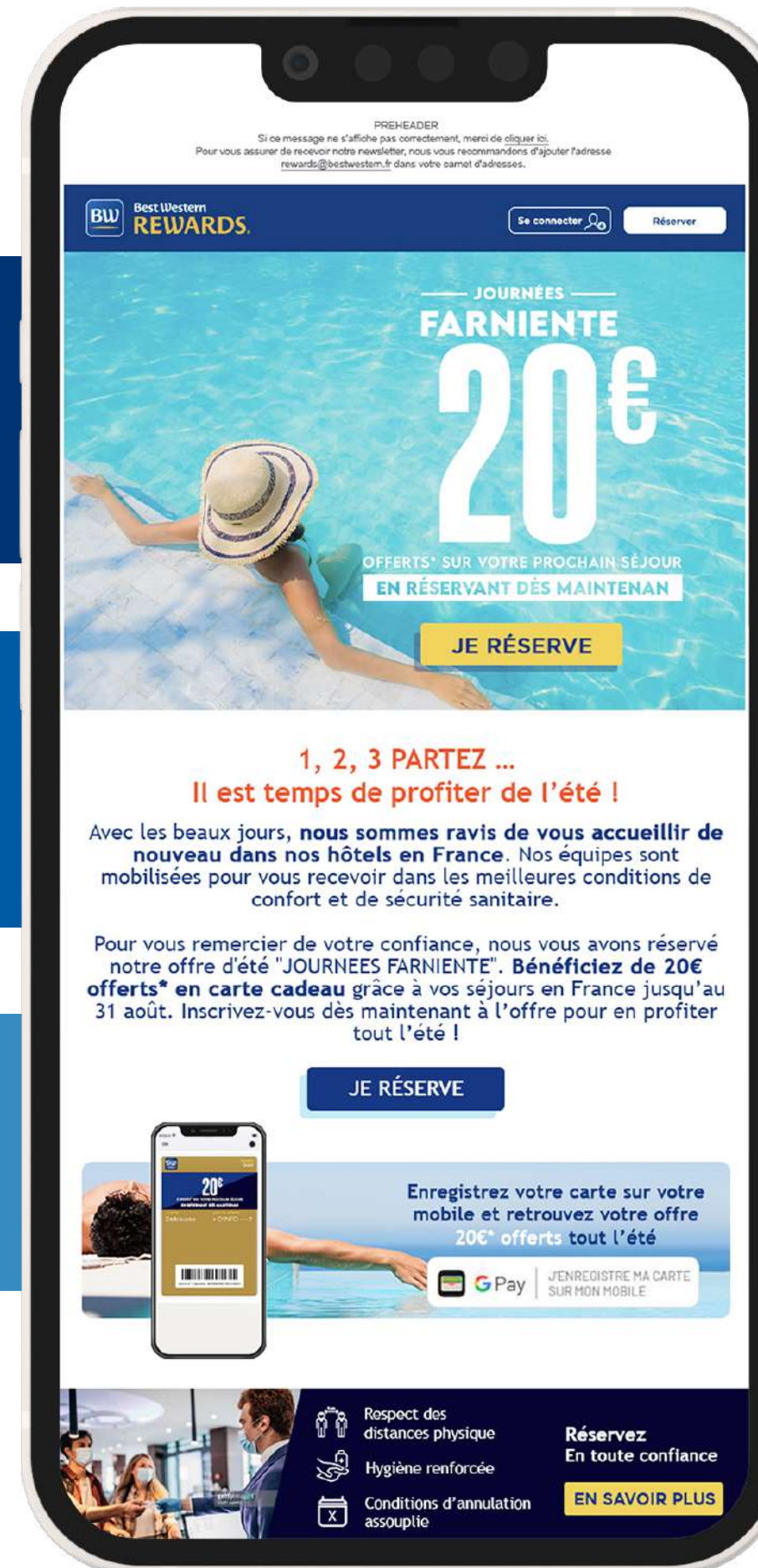
de suscripción voluntaria al correo electrónico

# REACTIVACIÓN DE CLIENTES INACTIVOS

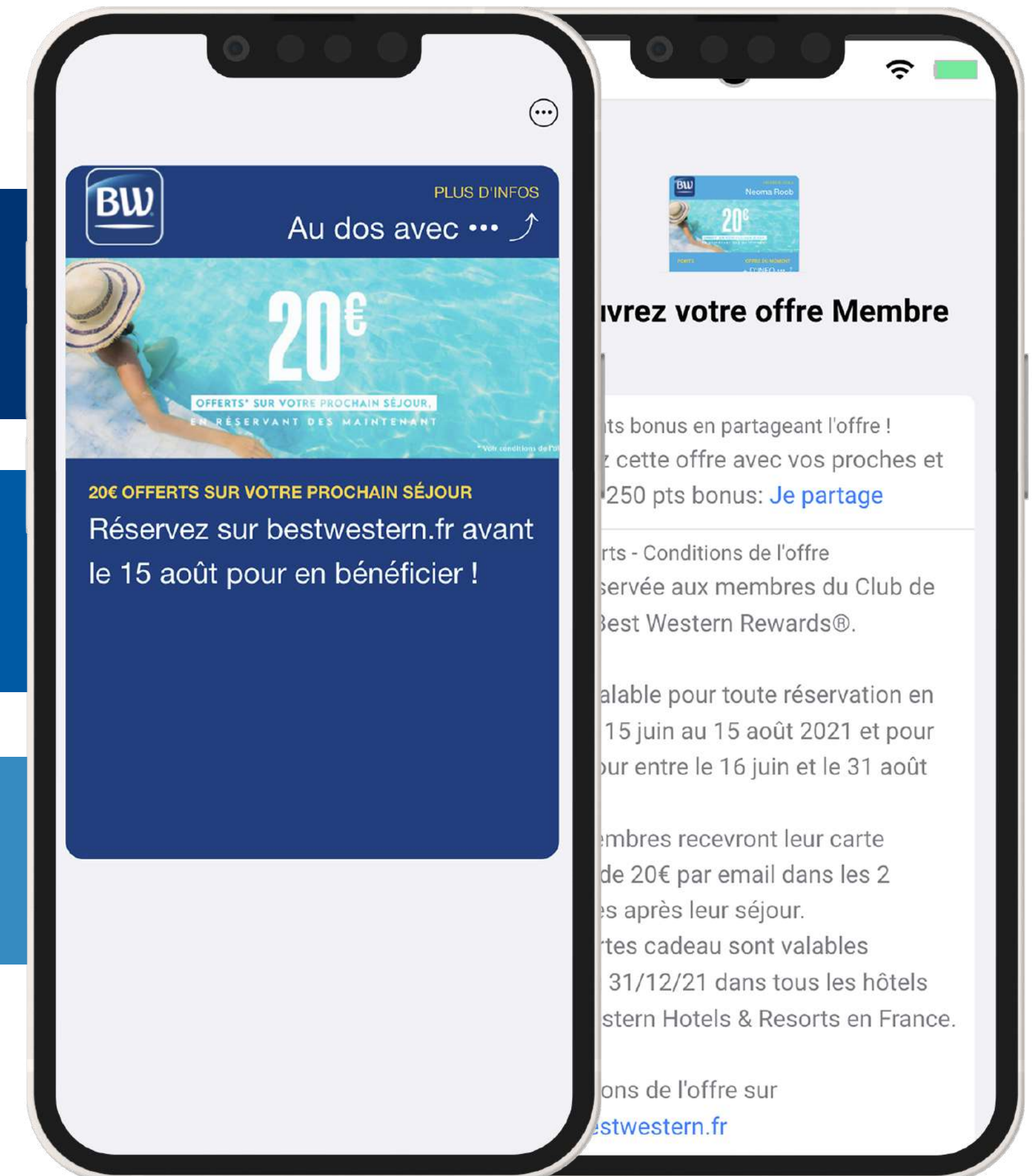
Campaña promocional dedicada a los clientes **que se dan de baja** o están **inactivos** desde hace 18 meses

El **54%** de ellos no habían reservado en Best Western France desde hacía más de 18 meses

El **14%** de esos clientes hizo una nueva compra



Correo electrónico enviado a clientes inactivos



Oferta descargada en el wallet de clientes inactivos

# EL WALLET CUMPLE LOS OBJETIVOS DE BEST WESTERN FRANCE

Plan de recuperación eficaz impulsado por el envío habitual de ofertas exclusivas Best Western Rewards®

Reactivación exitosa de clientes gracias a una oferta promocional destinada a los clientes inactivos en su wallet móvil

Canal digital privilegiado, especialmente para los «superclientes»



Best Western®



# PRÓXIMOS OBJETIVOS

1 Personalizar el customer journey, con un enfoque más orientado a la experiencia del cliente

2 Establecer una relación más duradera en el tiempo con los «superclientes»

3 Permitir a los clientes encontrar fácilmente su reserva en el wallet


4 Permitir la apertura de la habitación de hotel con un «móvil-llave», presente en el wallet

# MIRA NUESTRO WEBINAR CON BEST WESTERN FRANCE


**WEBINAR**

**BW** | Best Western.  
Hotels & Resorts

**Le cas Best Western France : réactiver  
ses clients et la fidélisation  
avec le mobile**



**Mélanie Le Livec**  
Directrice Marketing & communication  
Chez Best Western France



REACTIVA SUS CLIENTES E IMPULSA LA  
FIDELIZACIÓN



# Captain Wallet digitaliza sus soportes de marketing

(Cupón, tarjeta de fidelización, carta de pago de un tercero, invitaciones, etc.)

en los Wallets de Apple y Google Pay. Sean cuales sean sus objetivos (adquisiciones, relacional, servicio, fidelización, contactless, etc.), nuestros expertos le ayudan a definir e implementar una estrategia Wallet adaptada a su empresa.

Hoy, más de cien grandes marcas francesas e internacionales utilizan nuestra plataforma para impulsar su relación con el cliente.

ACOMPañAMIENTO

PERSONALIZACIÓN

GEOLOCALIZACIÓN

AUTOMATIZACIÓN

SEGMENTACIÓN

# Líderes y pioneros



Contáctenos