



X



Captain Wallet  
by Brevo

## Caso de éxito

**Cómo impulsa Jacadi en un +39% la frecuencia de compra de sus clientes en el mobile wallet**



Jacadi Paris®

# Acerca de Jacadi



**1976** : nace la marca Jacadi, haciendo referencia a un juego tradicional



Jacadi proviene de la **herencia de la moda infantil tradicional francesa**



Marca del grupo **IDkids desde 2005**



Presencia en **52 países**



A finales de 2022, **306 puntos de contacto:**

- **280 tiendas**
- **26 en línea**

Jacadi Paris®



## Acerca de Jacadi

### Nuestra promesa

**« Jacadi, la prestigiosa marca contemporánea, elegante y refinada, respetuosa de los valores familiares, atenta a la ternura y frescura de la infancia. »**

Jacadi Paris®



## La misión de Jacadi

*“Reencantar, transmitir y hacer accesible a las generaciones más jóvenes en todo el mundo, el patrimonio auténtico y atemporal de la moda infantil en la tradición francesa.”*

# El programa de fidelización Jacadi

Programa de fidelización de 5€/año: el cliente se beneficia de múltiples ventajas a lo largo de su año de afiliación:

Vales de fidelidad

Un cheque regalo de 10€ por el cumpleaños del cliente o el nacimiento de su hijo

Privilegios (ventas privadas, avances, etc.)

Servicios privilegiados (remodelaciones, reciclaje de zapatos, plazo de cambio o devolución, etc.)



« En 2016, queríamos encontrar nuevos canales para diferenciarnos y ser innovadores en la forma en que nos dirigimos a nuestros clientes. El mobile wallet parecía la herramienta ideal para conseguir tal objetivo. Nos permite aumentar el valor del cliente al tiempo que ofrecemos una experiencia personalizada, que es uno de nuestros grandes desafíos en la actualidad. »

Déborah Mazzucato, Directora de Marketing  
Client & Communication en Jacadi

- Aumentar el **valor del cliente**: acentuar la frecuencia de compra, la cesta promedio y el tráfico en tienda
- Incluir en la comunicación Jacadi un **canal diferenciador y más impactante** que los canales tradicionales
- Ofrecer un **programa de fidelización experiencial** y trabajar en base a una **relación más personalizada**

# La elección del wallet

Con el lanzamiento del programa de fidelización en 2016, Jacadi optó por no ofrecer una tarjeta de fidelización física.

Para facilitar la vida a sus clientes y **comunicar de manera efectiva** los beneficios del programa, la marca recurrió al **mobile wallet**, que les permite encontrar fácilmente toda su información de fidelidad en un solo **vistazo**.

## Este canal permite a la marca:

Ofrecer una experiencia vivencial y personalizada a sus clientes

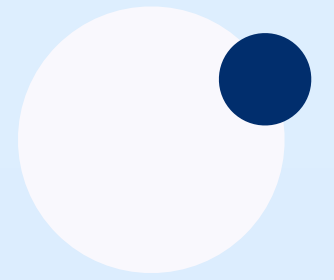
Tener una cobertura mayor utilizando un canal original, diferente a los canales tradicionales

Transmitir ofertas y servicios relacionados con su programa de fidelización, tanto a miembros como a no miembros del programa

Jacadi Paris®



**¿Cómo utiliza  
Jacadi el mobile  
wallet?**



# El mobile wallet en 3 etapas



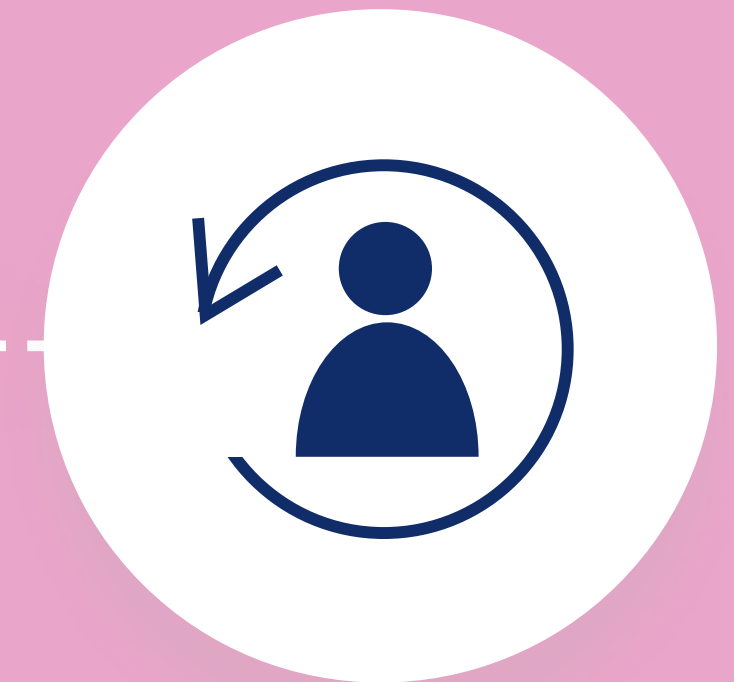
## AÑADIR

Desmaterializar la tarjeta de fidelización desde cualquier punto de contacto (online/offline)



## NOTIFICAR

Enviar notificaciones push personalizadas, automáticas y/o geolocalizadas a una base de clientes



## FIDELIZAR

Actualizar y animar la e-card con ofertas, noticias, eventos...

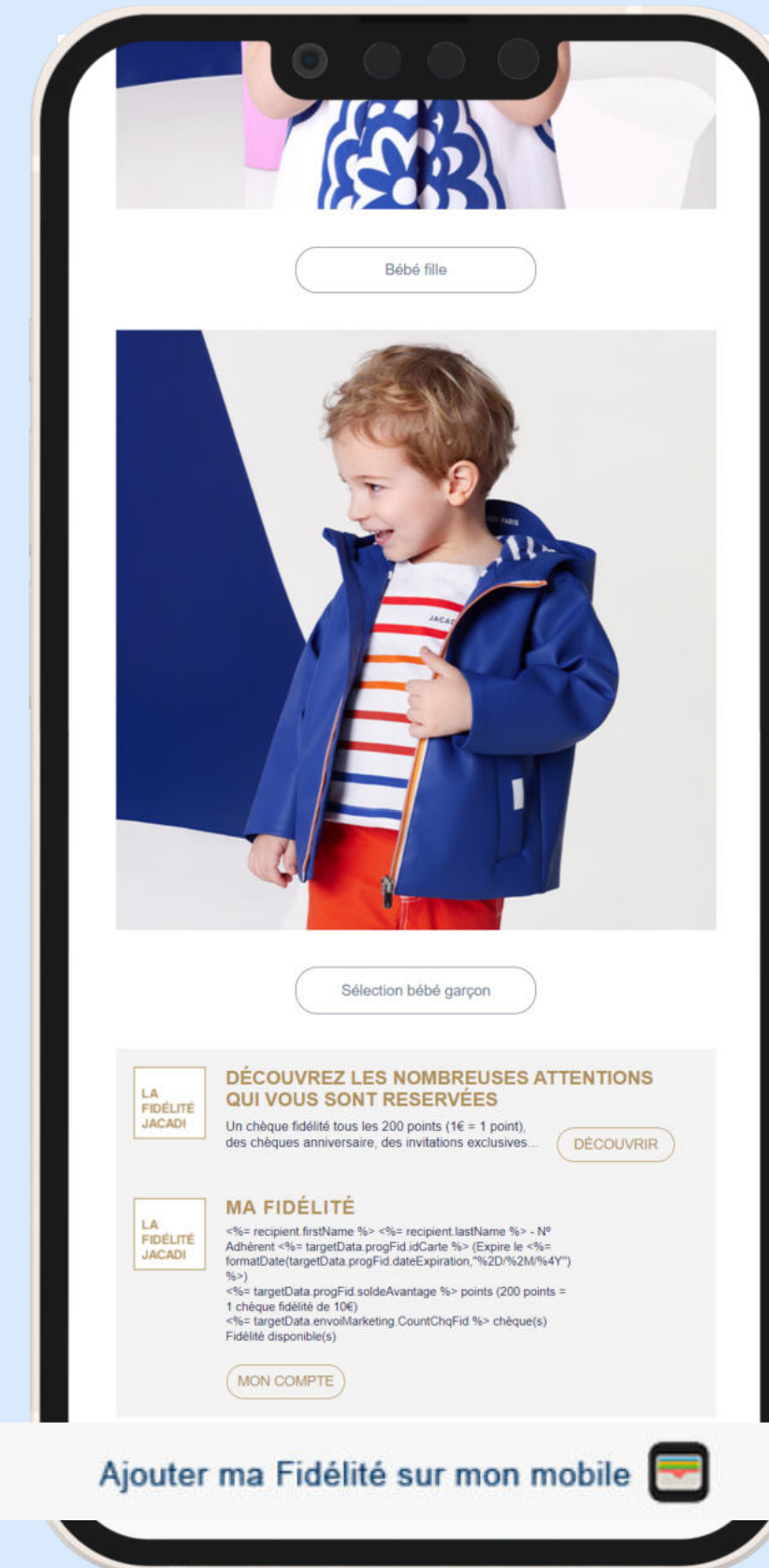




# Jacadi utiliza diferentes puntos de contacto para “walletizar” a sus clientes

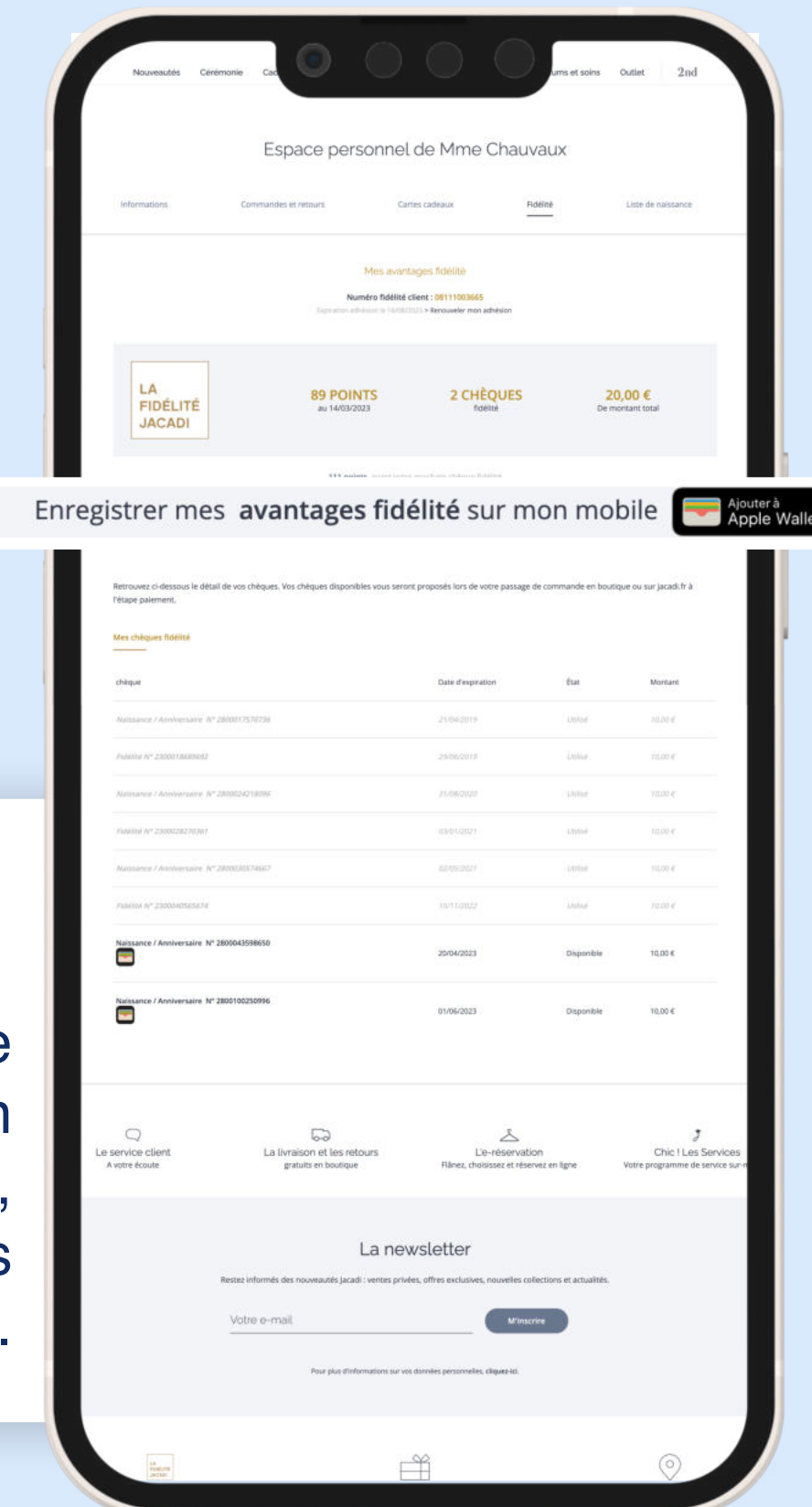
Esta fase es fundamental. Es la etapa en la que el cliente se pasa al mobile wallet.

Captain Wallet está en contacto regularmente con el equipo de Jacadi para seleccionar las comunicaciones más relevantes con el fin de explotar al máximo el canal de mobile wallet.



## Newsletter

La newsletter se envía regularmente y esto permite atraer a los clientes hacia el mobile wallet.



## Sesión de conexión

En la web de Jacadi se integra un CTA, en la sesión de conexión del cliente, donde puede encontrar todas sus compras online.



# Jacadi utiliza diferentes puntos de contacto para "walletizar" a sus clientes

Es importante multiplicar las oportunidades de captar al cliente e incitarle a añadir la tarjeta Jacadi a su wallet.



Email trigger :  
tras unirse al programa de fidelización

El correo electrónico se envía automáticamente después de la adhesión al programa. Es entonces cuando el CTA cobra importancia.



Email dedicado :  
oferta tras guardar la tarjeta virtual en el móvil

Jacadi es el creador de la "Happy Hour". La marca anima al cliente a recuperar su tarjeta en el wallet en un plazo de tiempo concreto con una sorpresa en tienda.



**Déborah Mazzucato**

Directora de Marketing Client & Communication en Jacadi

« El mobile wallet es un instrumento adicional clave para re-activar a nuestros clientes, más allá de ofrecerles una experiencia personalizada. »



# La e-card de fidelización se instala en el móvil del cliente



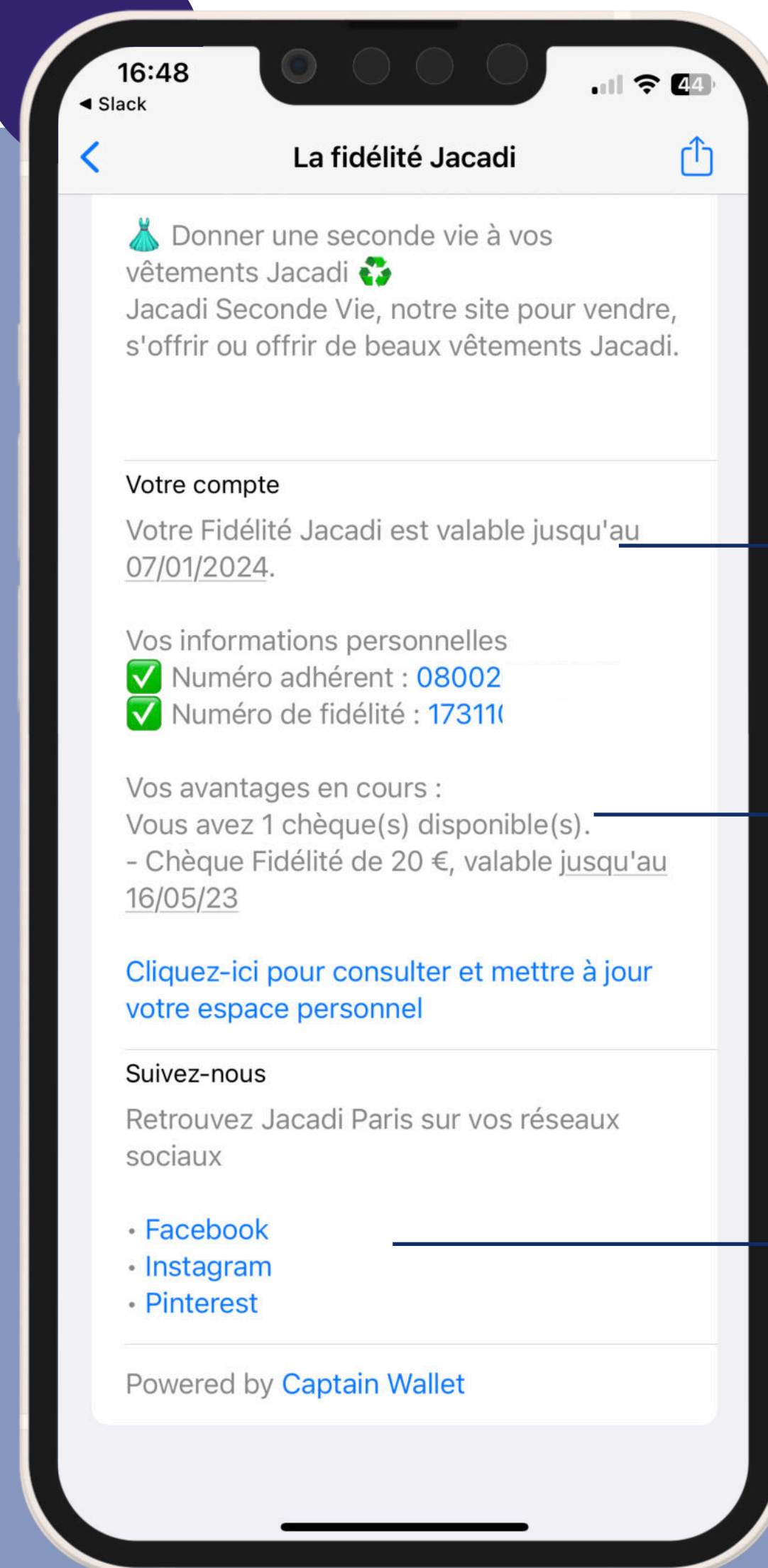
Nombre del cliente

Número de puntos de fidelización

Banner personalizable

Variables (cantidad de descuentos disponible/recuento de puntos)

Código de barras



Información personal sobre la cuenta de fidelización del cliente

Información sobre los vales de fidelidad disponibles: número, importe, validez

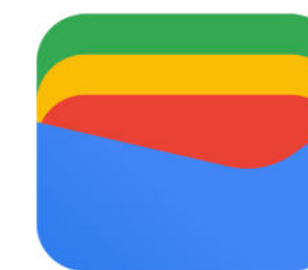
Links diversos



APPLE WALLET



# La tarjeta de fidelización se instala en el móvil del cliente

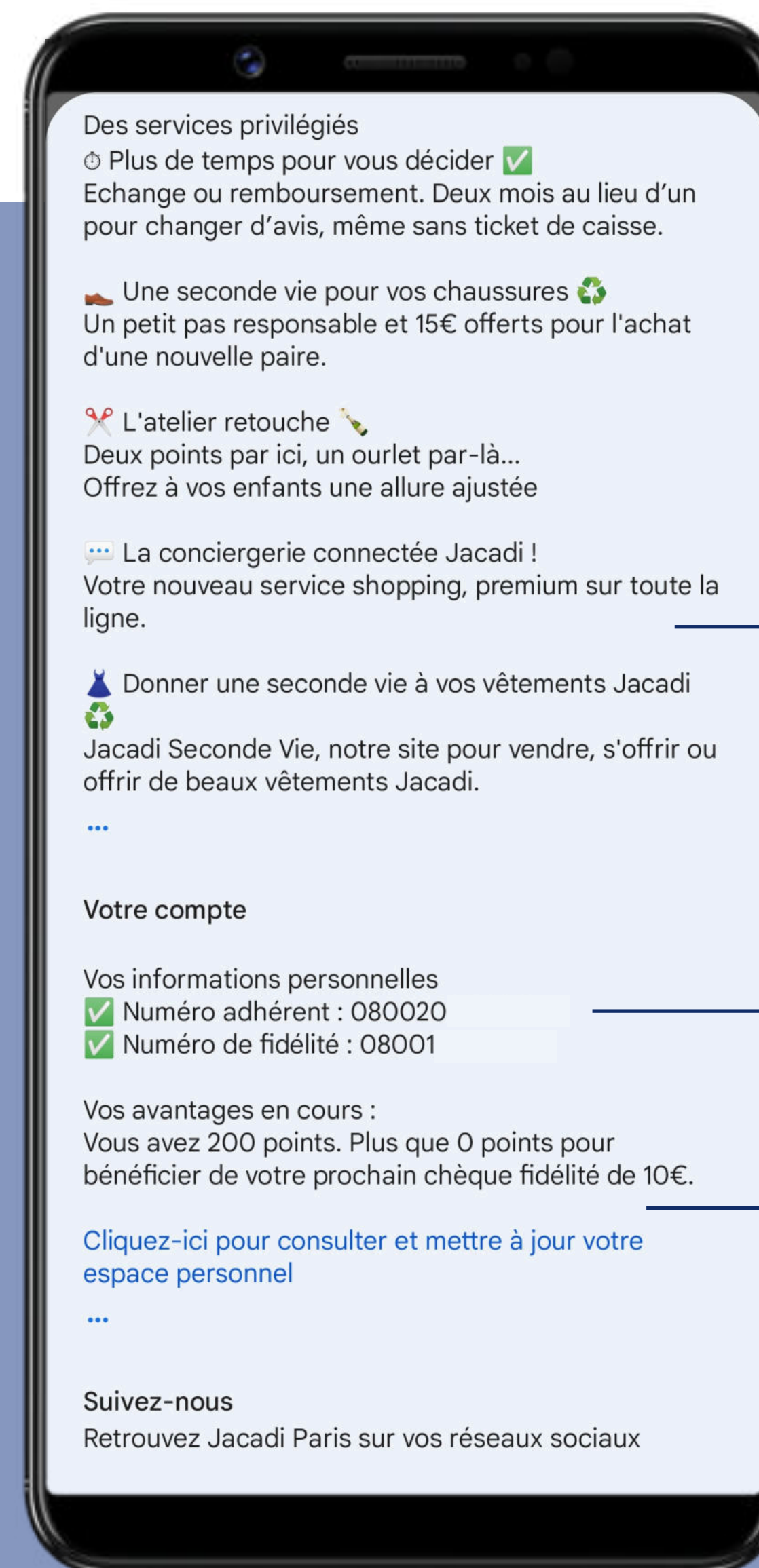


GOOGLE WALLET

Número de puntos de fidelidad  
Variables (cantidad de descuentos disponible/recuento de puntos)

Código de barras

Banner personalizable



Información sobre el programa de fidelización

Información personal sobre la cuenta de fidelización del cliente

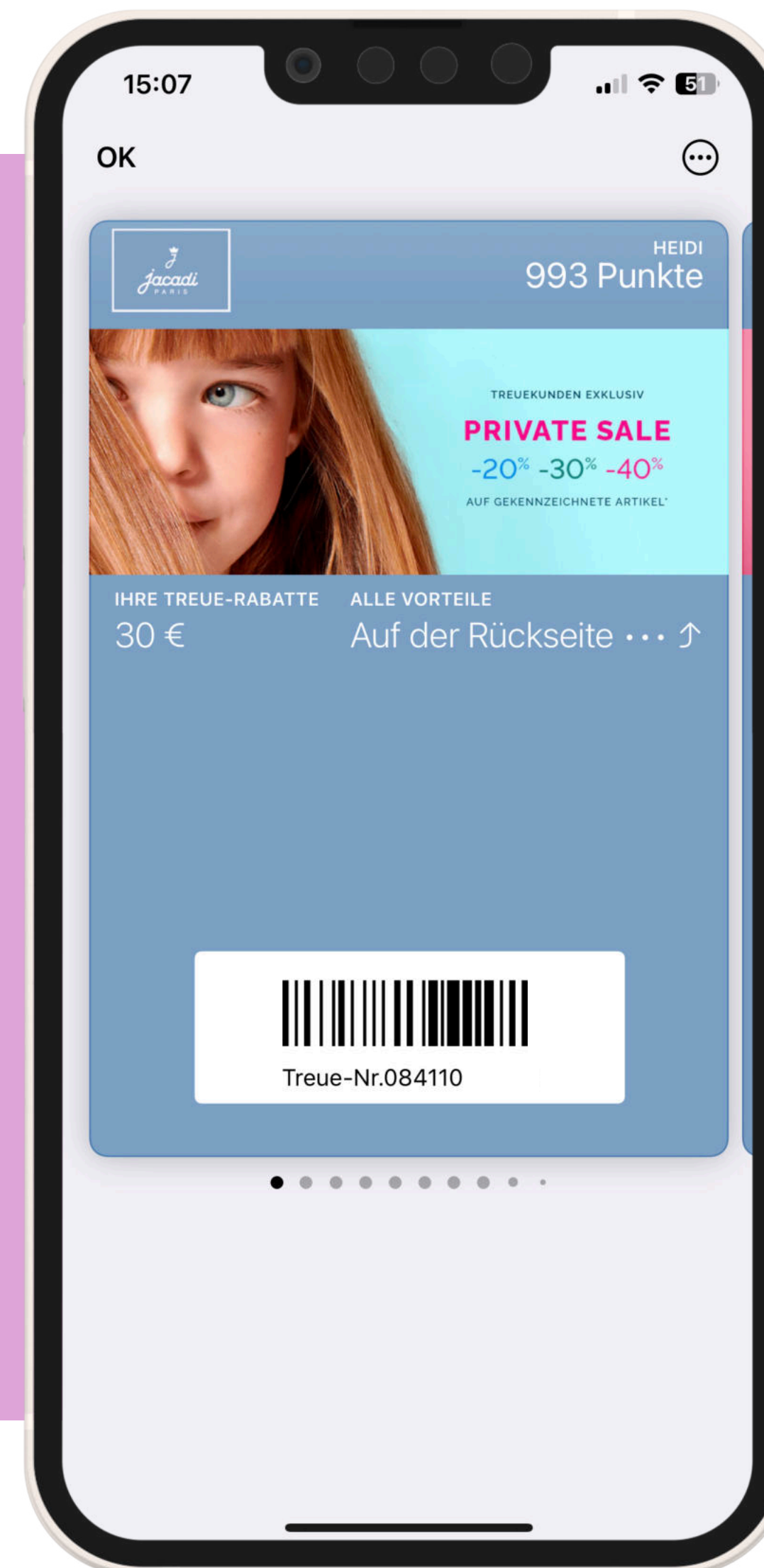
Links diversos



# El mobile wallet, una solución internacional en Jacadi



Italia



Alemania y Áustria



## 2 tarjetas wallet : una para socios, otra para no socios

### Tarjeta socios



### Tarjeta no socios



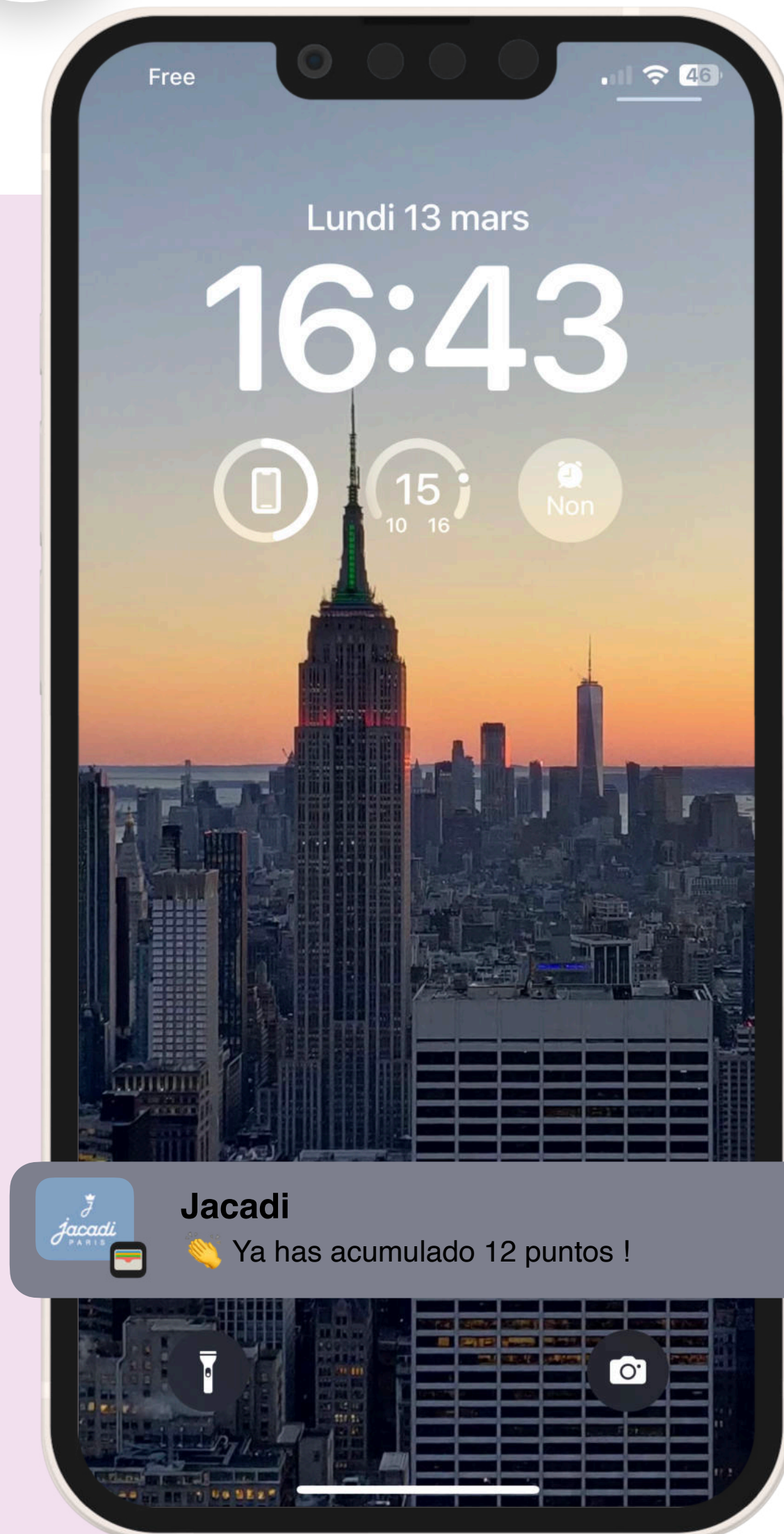
El wallet permite a Jacadi dirigirse también a sus clientes que aún no son miembros del programa de fidelización pero que pueden ser sensibles a las comunicaciones de la marca.

### Sabía que...

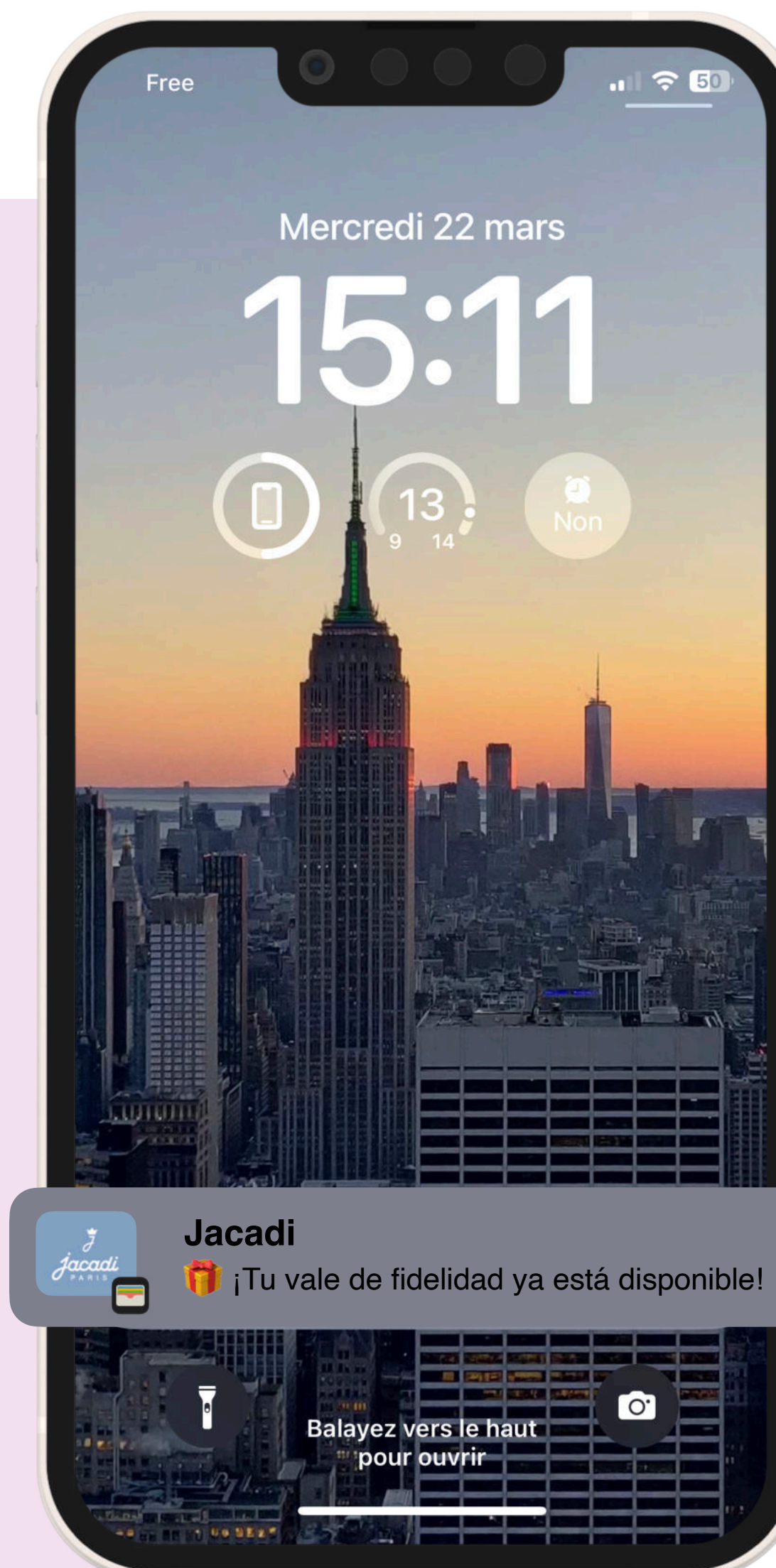
Puede enviar sus ofertas y servicios al móvil de sus clientes a través del wallet, ¡incluso si no tiene un programa de fidelización implementado!



# Informar al cliente en tiempo real tras la actualización de sus datos de fidelización



Acumulación de puntos



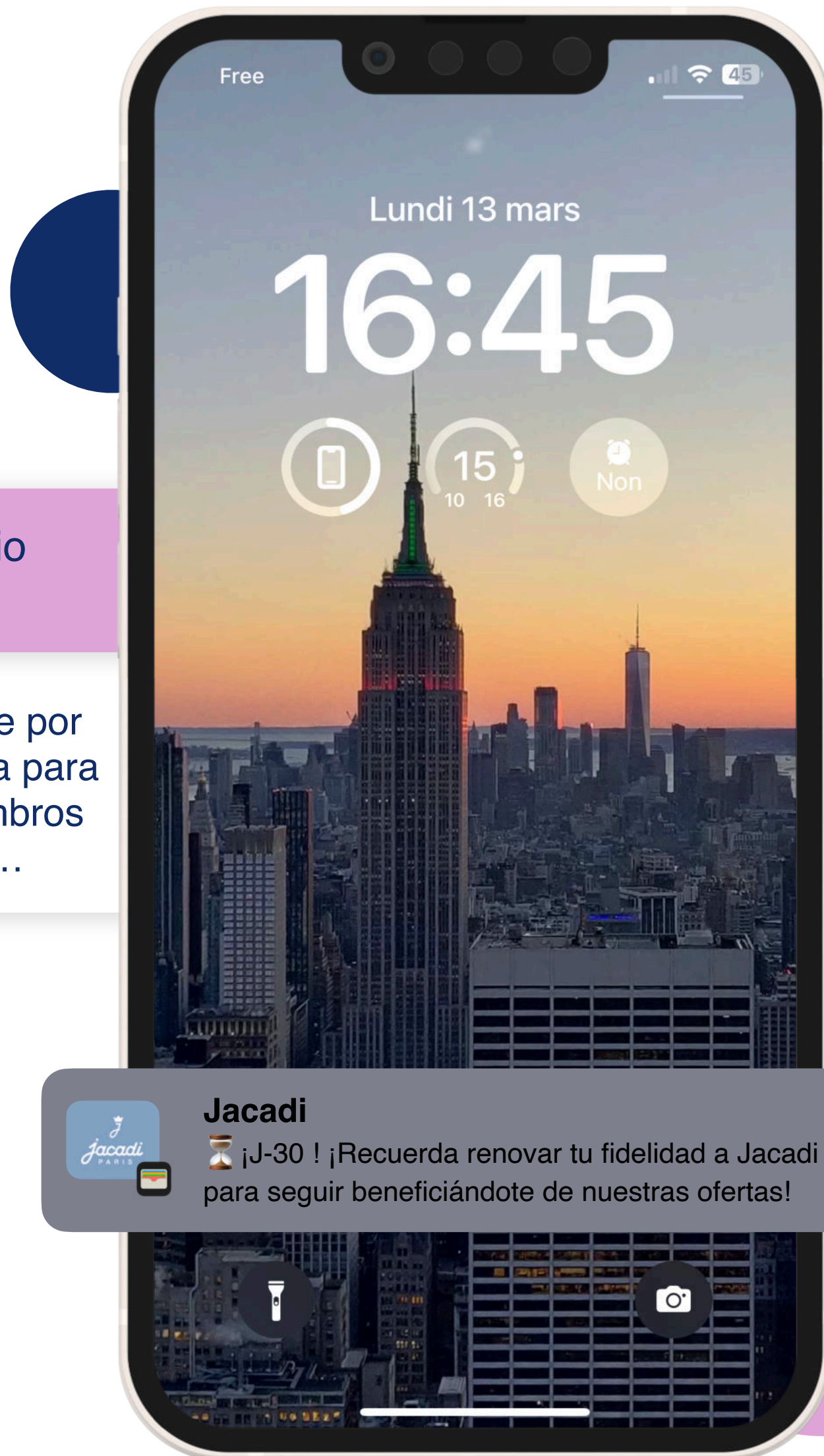
Vale de fidelidad disponible





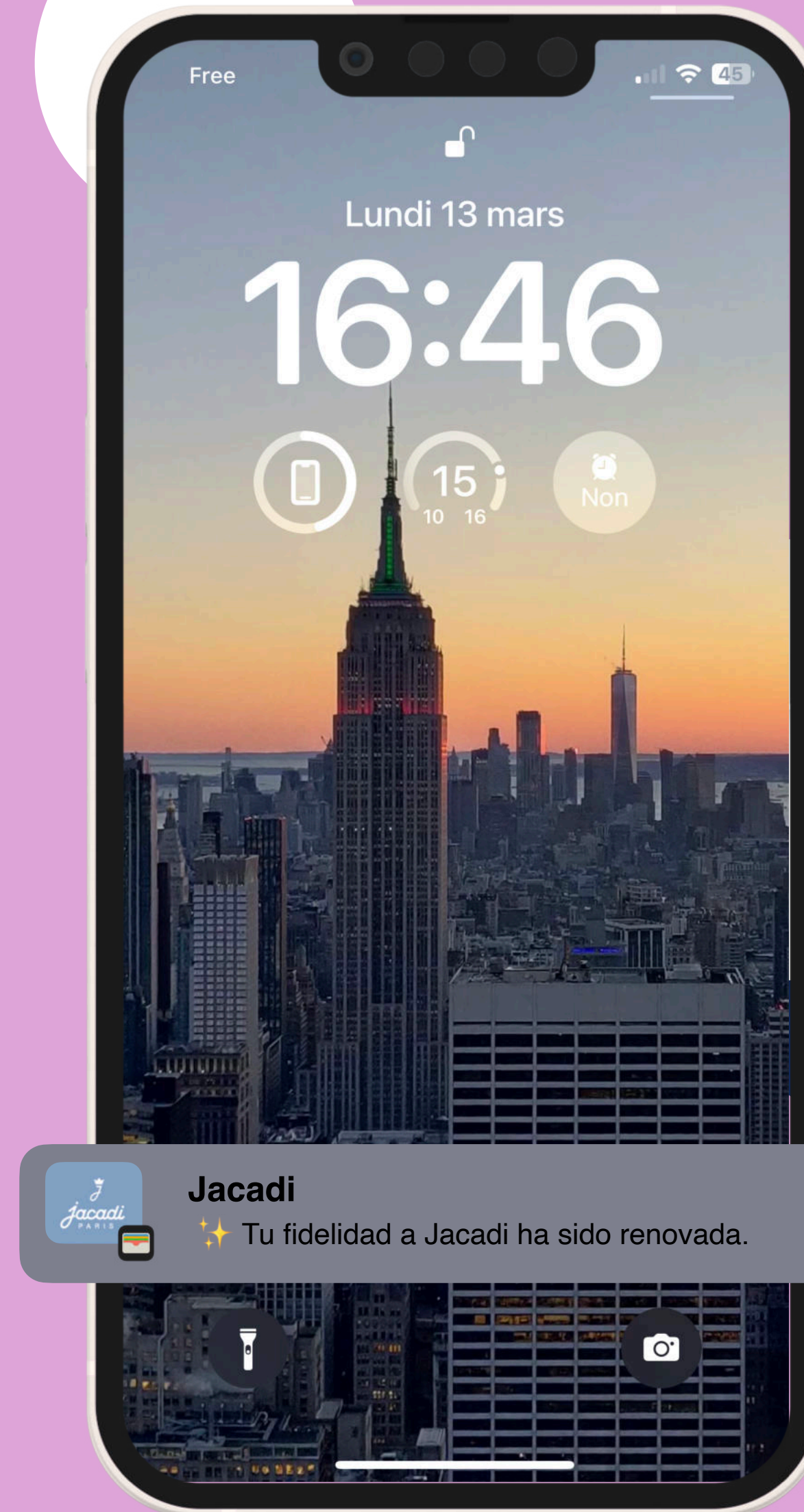


# El cliente es incitado a renovar su fidelidad via el wallet



Notificación de recordatorio de expiración

Siendo la adhesión valable por 1 año, la marca aprovecha para enviar a sus clientes miembros un pequeño recordatorio ...

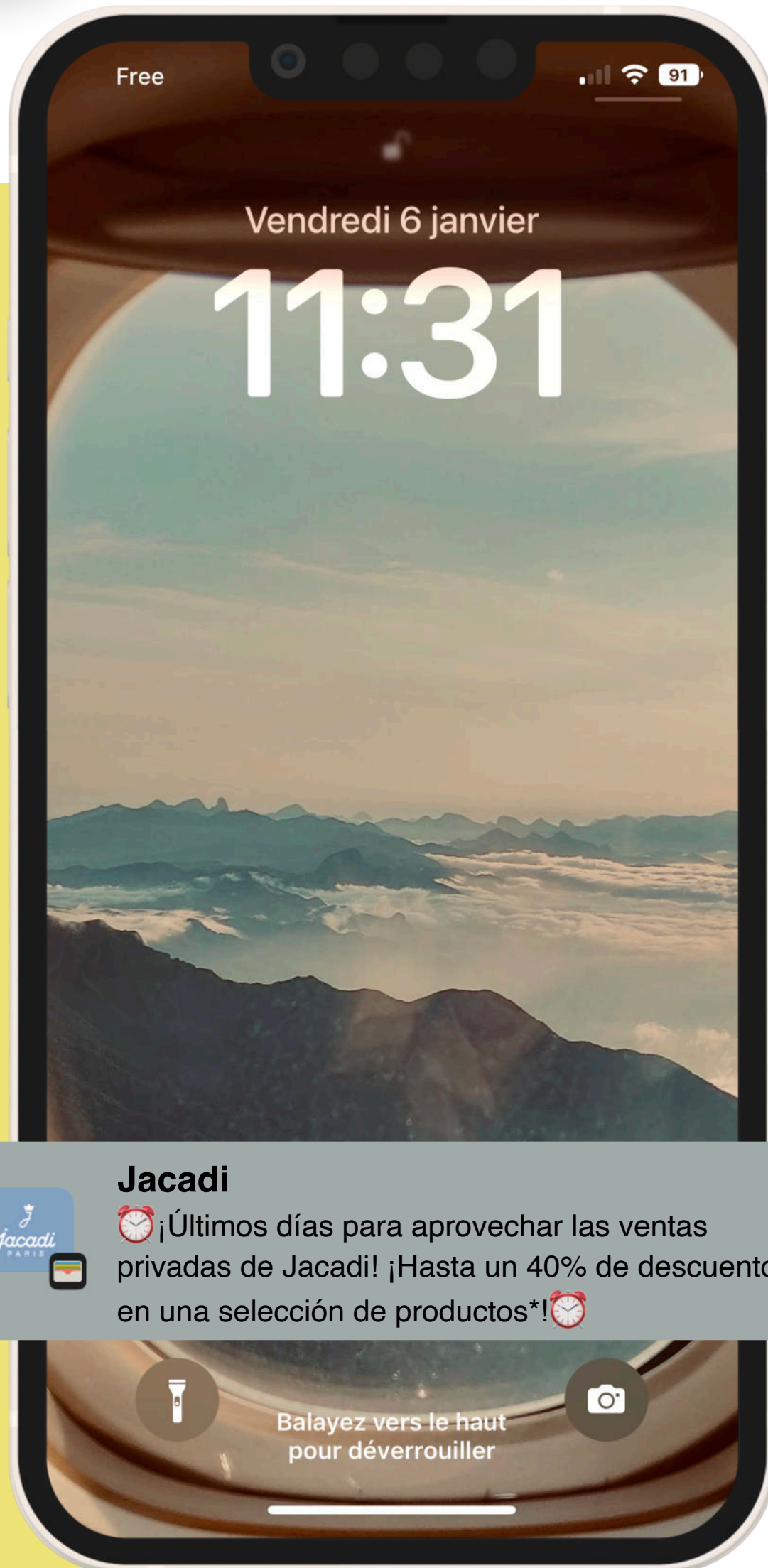


Renovación fidelidad

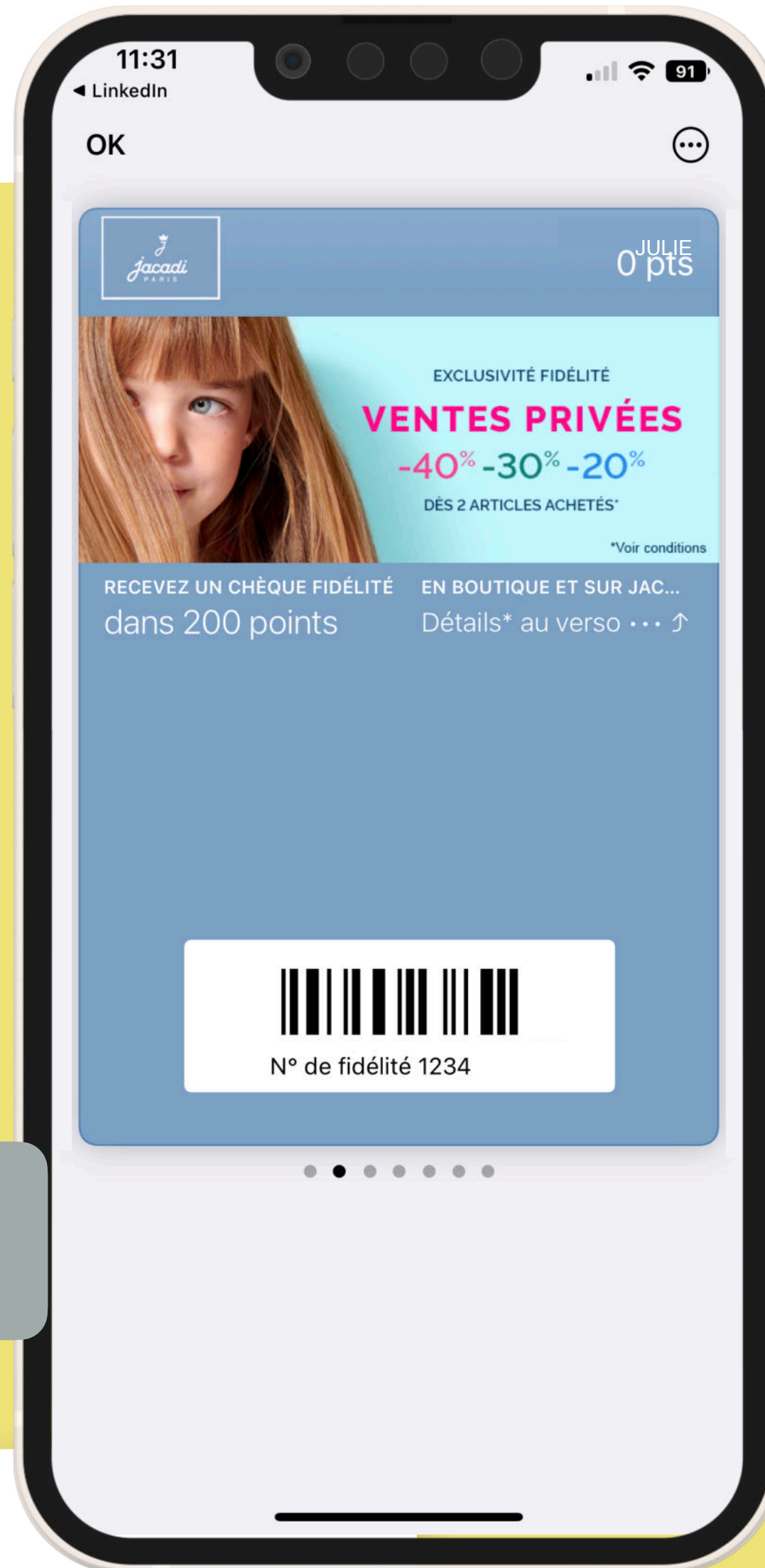
... ¡ y otro respecto a la renovación de su fidelidad !



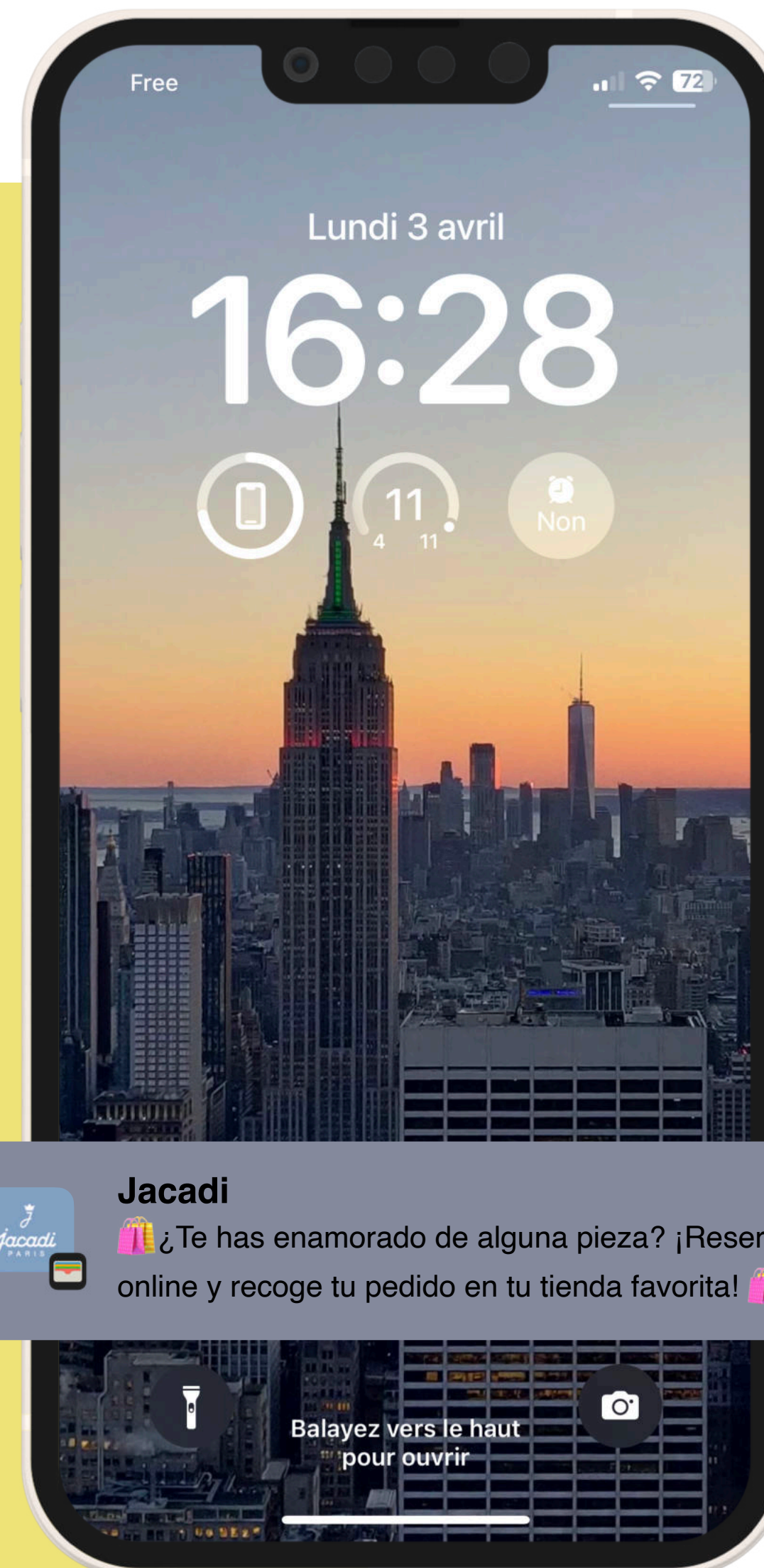
# Darle vida a la tarjeta de fidelización wallet en temporada alta



**Jacadi**  
🕒 ¡Últimos días para aprovechar las ventas privadas de Jacadi! ¡Hasta un 40% de descuento en una selección de productos\*! 🕒

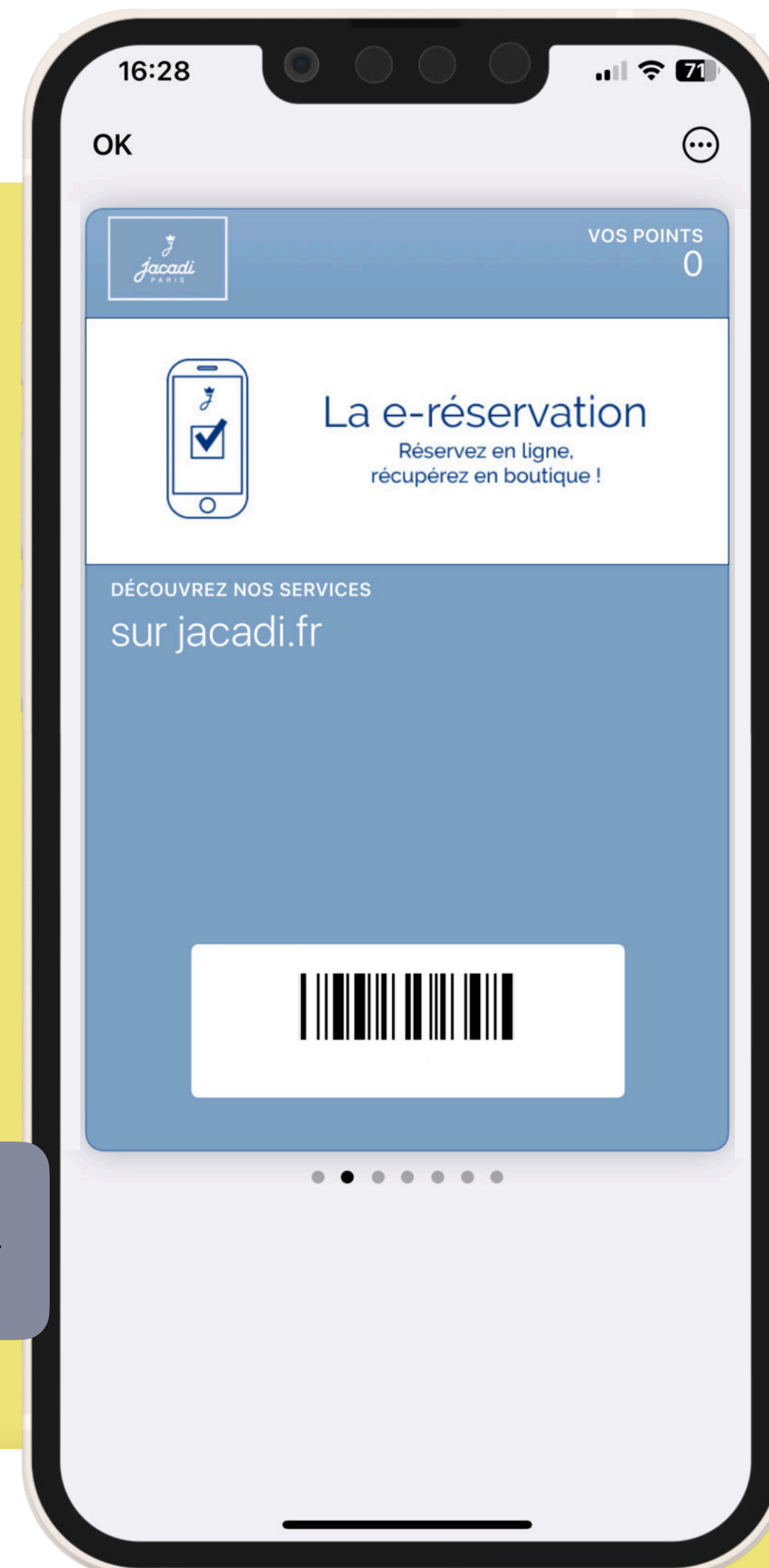


Destacando una oferta:  
Ventas privadas



**Jacadi**  
🛍️ ¿Te has enamorado de alguna pieza? ¡Reserva online y recoge tu pedido en tu tienda favorita! 🛍️

Destacando un servicio:  
La e-reserva





Jacadi Paris®

## Los resultados del wallet en Jacadi

# Los resultados de los clientes « walletizados » VS. « no walletizados »

**+39%**

de frecuencia de compra

**+23%**  
de facturación/cliente

# ¡ A los clientes de Jacadi les encanta el mobile wallet !

Jacadi Paris®

26,6%

de la base de clientes en  
Francia

97%

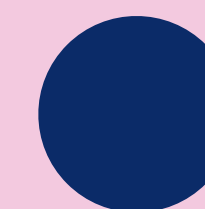
de tasa de retención de la  
tarjeta wallet dentro del  
móvil de los clientes





Jacadi Paris®

# Futuros avances



# Futuros avances

Implementación de un **conector para automatizar** animaciones

Despliegue de **nuevos puntos de contacto** (triggers y sitio web) en nuevos países

**Continuar captando clientes** (especialmente en el punto de venta)



*Jacadi*  
PARIS

# La experiencia de Jacadi en video

**WEBINAR**

**+39% DE FRÉQUENCE  
D'ACHAT AVEC LE MOBILE  
WALLET : LE CAS JACADI**

 **Captain Wallet**  
by  **sendinblue**

*Jacadi*  
PARIS





# 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