



Captain Wallet  
by Brevo

# Drive-to-Store & Wallet Mobile :

Maximisez le trafic en magasin  
et l'engagement client



# SOMMAIRE

## **Introduction**

page 3

## **Les principaux atouts du Wallet Mobile**

page 4

## **Le Wallet Mobile : Une solution stratégique pour dynamiser le Drive-to-Store**

page 6

## **Les parcours Drive-to-Store avec le Wallet Mobile**

page 15

## **Conclusion**

page 18




# Introduction

**Le Wallet Mobile** s'est imposé comme **un outil essentiel dans l'écosystème digital actuel**. Il permet de stocker dans nos smartphones des cartes de fidélité, coupons, billets électroniques et bien plus encore directement sur les smartphones des utilisateurs. Cette technologie transforme les smartphones en véritables portefeuilles digitaux, offrant une accessibilité et une praticité inégalées.

Le wallet mobile propose en effet bien plus aux marques. Que ce soit pour **améliorer l'expérience client**, ré-activer des clients inactifs ou encore développer son trafic en magasin, le wallet répond à de nombreux défis.

Dans ce livre blanc, nous allons nous intéresser de près à tout ce que le wallet peut offrir aux marques pour **booster leur trafic en magasin**, grâce aux nombreuses fonctionnalités de cet outil.

Le drive-to-store est aujourd'hui de plus en plus au coeur des stratégies des marques pour **dynamiser les ventes**. Car même si le commerce en ligne est essentiel, il reste crucial de trouver des moyens innovants pour générer du trafic en magasin.



# Les principaux atouts du Wallet Mobile



# Les avantages du Wallet Mobile pour les marques

Intégré dans les applications natives Apple Cartes et Google Wallet, **le Wallet Mobile est un allié essentiel pour enrichir l'expérience client.** En centralisant cartes de fidélité, bons dématérialisés et e-billets directement sur les smartphones, il simplifie la vie des consommateurs. Pratique et sécurisé, **il élimine la nécessité de transporter des cartes physiques et offre un accès rapide aux services et promotions, le tout à portée de main.**

Le Wallet Mobile se révèle être **un outil marketing puissant**, particulièrement pour les entreprises désireuses d'améliorer leur Marketing Mobile.



**Personnalisation accrue :** Les marques peuvent adresser des offres sur mesure selon le comportement ou les préférences des clients.



**Mise à jour en temps réel :** Les informations contenues dans les cartes ou bons peuvent être ajustées instantanément.



**Notifications Push :** Instantanées et programmables à la minute près, elles permettent de communiquer en temps réel avec vos clients.

## *Intégration facilitée :*

Le Wallet Mobile s'intègre harmonieusement dans l'écosystème digital des marques, en complément de leur application mobile. Il assure une expérience omnicanale optimale pour l'utilisateur.

# **Le Wallet Mobile : Une solution stratégique pour dynamiser le Drive-to-Store**



Maintenant que nous avons vu les avantages du Wallet Mobile, plongeons dans les fonctionnalités clés qui peuvent booster votre trafic en magasin.


# Attirez vos clients en magasin avec des fonctionnalités clés pour le Drive-to-Store


Le Wallet Mobile s'est imposé comme un levier incontournable pour le Drive-to-Store, offrant une palette de fonctionnalités conçues pour attirer les consommateurs en point de vente et augmenter le chiffre d'affaires. Voici comment chaque fonctionnalité clé peut optimiser vos campagnes Drive-to-Store, illustrée par des exemples concrets.


 Notifications géolocalisées

 Segmentation client

 Notifications push

 MAJ en temps réel

 Dématérialisation des bons d'achat

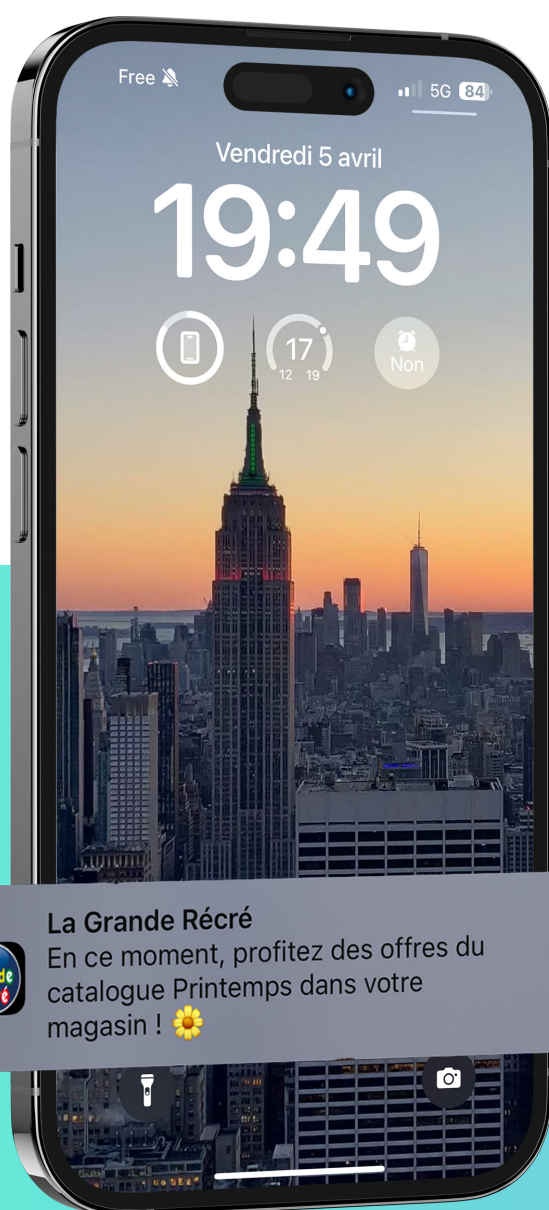
 Click & Collect

 Jeux concours



# 1. Notifications géolocalisées : Capter l'attention au bon moment

Les notifications push géolocalisées permettent aux marques de **cibler les consommateurs au moment où ils se trouvent à proximité d'un magasin**. Cette approche ultra-ciblée permet **d'attirer leur attention et de mettre en avant une offre en cours** par exemple, les incitant à visiter le point de vente.



En utilisant les notifications géolocalisées, l'enseigne envoie à ses clients les offres en cours lorsqu'ils sont à proximité d'une boutique. Ce déclenchement permet de capter un flux de clients spontanés et d'augmenter les visites en magasin. L'avantage principal de cette approche est de créer un besoin spontané chez le client à proximité du magasin.

*Avantage Drive-to-Store :*

**Créer un besoin spontané chez le client à proximité du magasin.**



## 2. Segmentation par statut et typologie de client : Une personnalisation accrue

En fonction des données que vous possédez sur vos clients, le Wallet Mobile permet de **segmenter les audiences par typologie** (fidèles, nouveaux clients), **par données démographiques** (âge, sexe, lieu de vie) **ou par récurrence d'achat** (clients actifs, inactifs, en risque de churn).

Cette segmentation permet de **personnaliser les offres selon les préférences et besoins spécifiques de chaque groupe**, ce qui maximise l'impact de vos campagnes Drive-to-Store et incite les clients à se rendre en magasin.

**ALIGRO**

Aligro exploite parfaitement cette segmentation en segmentant ses campagnes Wallet en fonction de plusieurs critères : Magasin de références, typologie du client (particulier ou pro) mais également en fonction de son groupe de client (épicerie, kiosque, restaurant). Ce ciblage précis favorise un engagement accru et une meilleure conversion en magasin.

*Avantage Drive-to-Store :*

**Favoriser un engagement accru et une meilleure conversion en magasin.**



### 3. Notifications Push : Un lien direct avec les consommateurs

Les notifications push **enrichissent l'expérience client en permettant une interaction instantanée et ciblée au fil du cycle de vie de vos clients**. En envoyant des messages personnalisés et ciblés directement dans leurs smartphones, les marques offrent une expérience fluide et proactive, renforçant ainsi la satisfaction et la fidélité par un lien continu et engageant. En créant un sentiment d'urgence, **ces notifications incitent à se déplacer** pour profiter des promotions en cours.



L'OCCITANE  
EN PROVENCE

L'Occitane utilise les notifications push du Wallet Mobile pour informer ses clients des soldes en magasin ou des offres spéciales en avant-première comme pour sa campagne Black Friday. Cela engendre une augmentation des visites et des achats pendant ces périodes clés en magasin.

*Avantage Drive-to-Store :*

**Créer un sentiment d'urgence qui incite les clients à se déplacer pour profiter des promotions / offres en cours.**

## 4. Mise à jour des données de fidélité client en temps réel

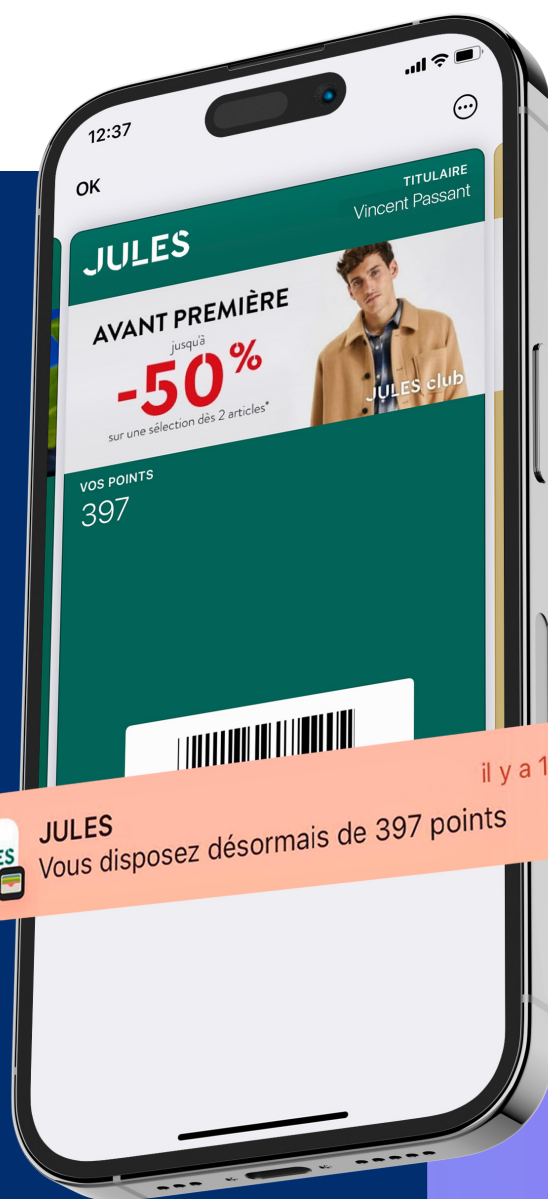
Le Wallet Mobile permet aux marques de **mettre à jour instantanément les informations de fidélité** présents sur la carte, comme **les points** ou **offres personnalisées**. Cette mise à jour instantanée permet aux consommateurs de suivre de près leur statut de fidélité et d'accéder à des avantages exclusifs dès qu'ils sont disponibles. Les marques améliorent l'expérience client, renforcent la pertinence des interactions et incitent les clients à revenir plus fréquemment en magasin pour profiter de ces offres.

# JULES

Jules actualise régulièrement ses cartes de fidélité au fil du cycle de vie du client. Dès que la cagnotte de points de fidélité d'un client augmente, le client est informé directement via le Wallet Mobile. Sa carte évolue en fonction des différents palliers du programme de fidélité de l'enseigne. Animer régulièrement sa carte Wallet revient à engager efficacement ses clients fidèles et augmenter leur récurrence d'achat en magasin.

*Avantage Drive-to-Store :*

**Améliorer l'expérience client et renforcer la pertinence des interactions pour inciter les clients à revenir plus fréquemment en magasin.**



## 5. Dématérialisation des bons d'achat : Fluidifier l'expérience client

Le Wallet Mobile permet de **dématérialiser les bons d'achat, carte cadeau ou chèque fidélité**. En facilitant l'accès à ces offres directement sur le smartphone, les marques simplifient l'expérience d'achat et encouragent les visites en magasin pour faire valoir leurs avantages fidélité.



### Conforama

Grâce à la dématérialisation de ses bons d'achat et chèque cadeau liés à son programme de fidélité et au Click & Collect, la marque encourage ses clients à se rendre en point de vente afin de dépenser leur avantages fidélité. Cela permet non seulement de booster les ventes, mais aussi de promouvoir des achats additionnels en magasin lors de l'usage du bon.

#### Avantage Drive-to-Store :

**Booster les ventes additionnelles et encourager l'utilisation des bons en magasin.**

## 6. Support parfait pour le Click & Collect

Le Wallet Mobile est une solution idéale pour **accompagner les stratégies de Click & Collect**. En dématérialisant les confirmations de commande et en intégrant des e-billets pour le retrait des achats, le Wallet Mobile simplifie l'expérience d'achat pour les consommateurs. Ces derniers peuvent **facilement accéder à leurs réservations et détails de commande** directement depuis leur smartphone, sans besoin de documents imprimés.



Grâce à une stratégie Click & Collect optimisée pour son parcours omni-canal, la marque peut proposer à ses clients l'intégralité du parcours Click & Collect directement dans le Wallet Mobile. Cette fluidité réduit les frictions lors du retrait des produits, tout en encourageant les visites en magasin, où des ventes additionnelles peuvent se produire.

*Avantage Drive-to-Store :*

**Faciliter l'expérience client et optimiser sa stratégie Clik&Collect.**

**J'écoute mon bon d'échange dans mon mobile**



# 7. Jeux concours : Engagez vos clients de manière ludique

Les jeux concours intégrés dans le Wallet Mobile sont **un moyen interactif d'attirer l'attention des clients** et de les inciter à se rendre en magasin pour participer ou retirer leur prix. Cela crée **une dynamique engageante** et renforce la fidélité des consommateurs.



Courir a lancé une campagne de jeu concours via Wallet Mobile, encourageant les clients à se rendre en magasin pour y participer. Cette initiative ludique booste la fréquentation en boutique, mais aussi renforce l'engagement des participants avec la marque.

*Avantage Drive-to-Store :*

**Susciter l'intérêt chez le client de vouloir participer au jeu concours en magasin.**

# Le parcours Drive-to-Store avec le Wallet Mobile

Côté marques et consommateurs



### Coté marques

#### Création et distribution de cartes Wallet

Les marques conçoivent en amont leurs cartes wallet : design, notifications push, informations clés...

Ces cartes sont ensuite distribuées via divers canaux ,comme les emails, les réseaux, ou directement en magasin par QR Code (flyers, stickers, PLV, caisse...)

### Coté consommateurs

#### Téléchargement et ajout dans le Wallet

Les consommateurs ajoutent la carte de la marque dans leur wallet mobile. Cela peut se faire via un simple clic sur un lien reçu par mail, une notification push ou un QR Code en magasin



### Coté marques

#### Envoi de notifications push ciblées

Les marques tirent parti du wallet mobile afin de pouvoir préparer leurs campagnes de notifications push. Personnalisées et/ou géolocalisées, ces notifications peuvent inclure des offres spéciales ou promotions exclusives uniquement disponibles en magasin.

### Coté consommateurs

#### Réception de notifications personnalisées

Le consommateur reçoit les notifications push liées à son cycle de vie avec la marque : Offres du moment, évolution des points fidélité, anniversaire, événement en magasin...





### Coté marques

#### Intégration avec les systèmes de caisse

En magasin, le personnel identifie plus rapidement ses clients en caisse grâce à la carte dématérialisée dans le Wallet : QR Code, code-barres, NFC...

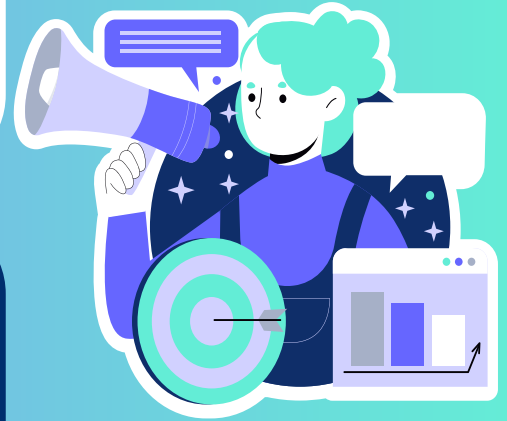
Cela simplifie le processus de redemption des offres et l'accumulation des points de fidélité.

### Coté consommateurs

#### Interaction en magasin

En magasin, les consommateurs retrouvent rapidement leur carte dans leur Wallet Mobile afin de pouvoir faire valoir leurs droits : offres, coupons, points de fidélité...

Rapide et sans tracas, l'expérience utilisateur du Wallet Mobile facilite la vie du client tout au long de son parcours d'achat.



### Coté marques

#### Analyse et optimisation continue

Les marques peuvent analyser l'impact qu'a eue une campagne wallet : nombre de nouveaux téléchargements de la carte, augmentation du panier moyen, du CA/client ... Le tout grâce à une étude ROI approfondie.

### Coté consommateurs

#### Suivi et engagement post-achat

Après l'achat, les consommateurs peuvent recevoir des remerciements, des informations de suivi de leurs points/cagnottes, ou des incitations à revenir en magasin, renforçant ainsi leur fidélité.



# Conclusion

**50%** des coupons au format wallet sont utilisés en point de vente

**20%** de la fréquence d'achat en point de vente est boostée par le wallet

**10%** du chiffre d'affaires en point de vente est boostée par le wallet

Le Wallet Mobile est bien plus qu'un simple outil de stockage numérique ; c'est un **levier stratégique puissant dans le paysage commercial actuel**. Lorsqu'il est intégré dans une stratégie marketing omnicanale, **il révolutionne l'expérience client tout en stimulant le trafic en magasin**. Les exemples concrets de marques telles que **Intersport Rent, Conforama, La Grande Récré, L'Occitane, Jules** illustrent le potentiel de cette technologie pour transformer les interactions avec les consommateurs et maximiser les opportunités de vente.

En exploitant ses fonctionnalités clés, **les entreprises créent un lien direct et engageant avec leurs clients**, répondant à leurs besoins en temps réel. En somme, le Wallet Mobile représente une occasion en or pour les marques désireuses de se démarquer dans un marché compétitif, alliant innovation et personnalisation pour attirer les clients en magasin et renforcer leur fidélité à long terme. **L'avenir du commerce en boutique repose sur l'optimisation des technologies phygitaes**, ouvrant la voie à des expériences d'achat enrichissantes et connectées.



# Captain Wallet

by Brevo



## Captain Wallet

by Brevo

## Adresse

7 Rue de Madrid  
75008 Paris, France

## Email

hello@captainwallet.com

## Téléphone

+ 33 1 75 43 60 71

[Demandez une démo](#)

## Plus de 300 clients nous font confiance

MAISON KITSUNÉ  
PARIS

MAISONS  
DU MONDE

alinea

celio\*

COURIR®

McDonald's

april

Intermarché

JULES

LACOSTE

CENTRAKOR

PETIT BATEAU

TRUFFAUT

TE  
TotalEnergies

DECATHLON

CORSAIR

GÉMO

IKKS

INTERSPORT

YVES ROCHER

ACCOR

L'OCCITANE  
EN PROVENCE

Auchan

Carrefour

botanic

BW | Best Western.  
Hotels & Resorts

NATURE &  
DECOUVERTES

castorama

maison 123  
PARIS

PARTOUCHE

AU BUREAU Feu Vert

Jacadi  
PARIS