

LE CALENDRIER DU WALLET

2025

Introduction

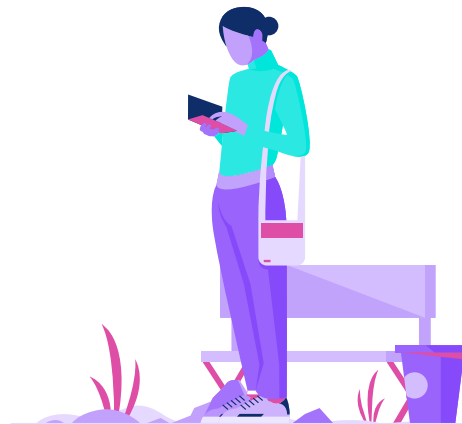
Retrouvez dans notre calendrier du wallet toutes les **dates clés de l'année**.

Pour vous inspirer, nous avons rassemblé des **exemples de campagnes wallet réalisées par nos clients lors de chaque moment clé**, le tout agrémenté de nos **meilleurs conseils** pour des **campagnes wallet réussies selon la saisonnalité** !

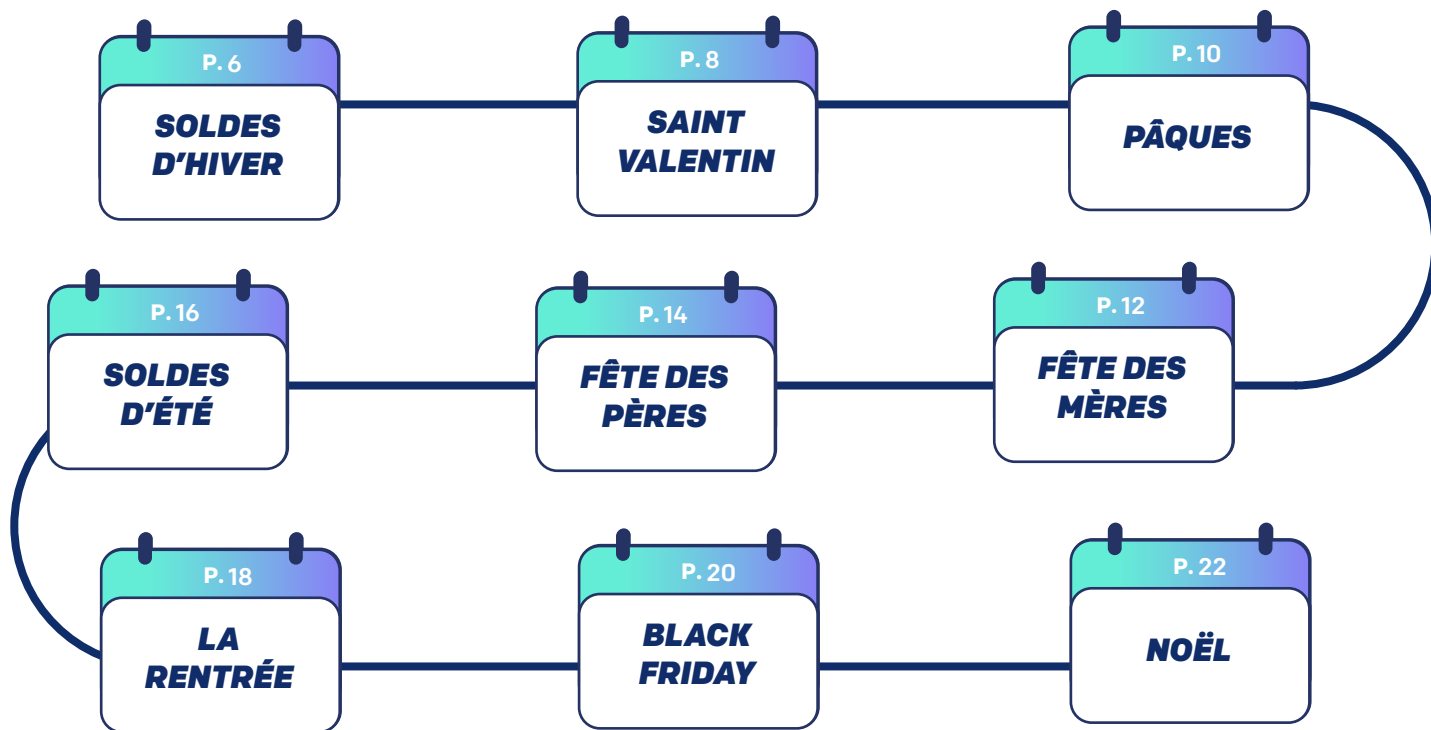
Ce book a donc pour mission de vous **accompagner tout au long de l'année** et de vous **aider à préparer et planifier au mieux chaque campagne wallet**.

Le tout, pour vous **assurer de la visibilité continuellement et booster la valeur client** !

Bonne lecture.



SOMMAIRE



La carte wallet, entièrement personnalisable

Afin de s'adapter à chaque temps fort, la carte wallet peut être **entièrement personnalisée**. Le tout, en respectant les templates imposés par **Apple** et **Google**, qui offrent de **nombreuses fonctionnalités de personnalisation**.

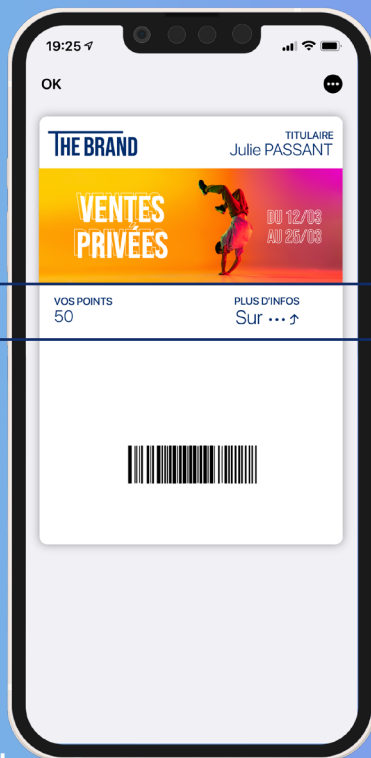
Voici un **récapitulatif** de tout ce que vous pouvez personnaliser sur une carte wallet afin que celle-ci soit en **harmonie avec les marronniers à ne pas rater**.



Bannière personnalisable



Variables modifiables en fonction de ce que vous souhaitez mettre en avant !



Autres variables modifiables



-  QR code
-  Code barre
-  PDF 147
-  Code Aztec

JANVIER

8/01 au 4/02

Soldes d'hiver



La période des soldes d'hiver est cruciale pour les détaillants. Elle offre une opportunité inégalée de dynamiser les ventes et d'attirer de nouveaux clients. Selon les statistiques du secteur, les consommateurs sont plus enclins à effectuer des achats impulsifs et à explorer de nouvelles marques pendant cette période.

Nos conseils

Proposez une carte wallet impactante

Créez une carte wallet visuellement accrocheuse qui met en avant les offres spéciales pour les soldes d'hiver. Utilisez des visuels impactants et un langage incitatif pour susciter l'engagement. De cette façon, le consommateur, en un clic, retrouvera directement sur sa carte wallet le message que vous souhaitez passer.

Envoyez des notifications push ciblées

Planifiez des notifications push stratégiques pour informer les utilisateurs de vos offres exceptionnelles pendant les soldes. L'envoi d'une notification push lors de chaque démarque est par exemple une bonne méthode pour rester dans l'esprit du consommateur, sans être trop intrusif. Il permet aussi d'informer efficacement le consommateur.



Adopt Parfums now
SOLDES : c'est parti pour la 2ème démarque ! Profitez de nouvelles remises jusqu'à -50% en boutique et sur adopt.com jusqu'au 06/02/24. 🎉



Kiehl's maintenant
 Les soldes d'hiver débarquent chez Kiehl's : jusqu'à -30% pour prendre soin de votre peau cet hiver ! Sur une sélection, en ligne et en boutique. [👉](#)



Galeries Lafayette maintenant
 LES SOLDES JUSQU'À -50% C'EST PARTI
 Et seulement aujourd'hui, -10% supplémentaires sur une large sélection, exclusivement sur galerieslafayette.com

Le saviez-vous ?

15% à 30%

d'augmentation moyenne des ventes pendant cette période.

78%

des consommateurs déclarent être plus susceptibles d'effectuer des **achats impulsifs** pendant cette période

FÉVRIER

14/02

Saint-valentin



La Saint-Valentin, une période empreinte de romantisme, offre aux retailers l'occasion idéale de renforcer leurs liens avec les clients. Cette célébration de l'amour est non seulement un moment clé sur le plan émotionnel, mais aussi une opportunité stratégique pour stimuler les ventes.

Nos conseils

Créez des cartes Wallet romantiques

Concevez des cartes wallet thématiques de la Saint-Valentin, mettant en avant des offres spéciales sur des cadeaux romantiques. Utilisez des visuels captivants et des messages qui évoquent l'amour et l'affection.

Envoyez des notifications push de rappel

Envoyez des notifications push personnalisées pour rappeler aux utilisateurs du wallet l'approche de la Saint-Valentin. Proposez des idées de cadeaux, des remises spéciales et des options de livraison express.

Proposez des offres spéciales en duo

Créez des offres spéciales conçues pour les couples, encourageant ainsi les achats groupés. Proposez des réductions sur les articles assortis ou des expériences romantiques à partager.

Envoyez des notifications push d'urgence

Exploitez le facteur d'urgence en programmant des notifications push de dernière minute pour les retardataires. Mettez en avant des offres exclusives pour les achats de dernière minute.





Kiehl's maintenant
 Les soldes d'hiver débarquent chez Kiehl's : jusqu'à -30% pour prendre soin de votre peau cet hiver ! Sur une sélection, en ligne et en boutique 🛒



Galeries Lafayette maintenant
 LES SOLDÉS JUSQU'À -50% C'EST PARTI 🛒 Et seulement aujourd'hui, -10% supplémentaires sur une large sélection, exclusivement sur galerieslafayette.com

Le saviez-vous ?

62%

des personnes célèbrent la Saint-Valentin, avec une dépense moyenne de 100 à 200€/personne.

+30%

Les achats de dernière minute sont courants, avec une augmentation de 30 % **des ventes la veille** de la Saint-Valentin.

AVRIL

20/04

Pâques



Pâques, une fête joyeuse et pleine de couleurs, offre une opportunité unique pour les détaillants d'égayer leurs campagnes et de captiver l'attention des consommateurs. Cette période festive est propice à la création d'offres spéciales et à la promotion de produits printaniers.

Nos conseils

Créez des cartes Wallet printanières

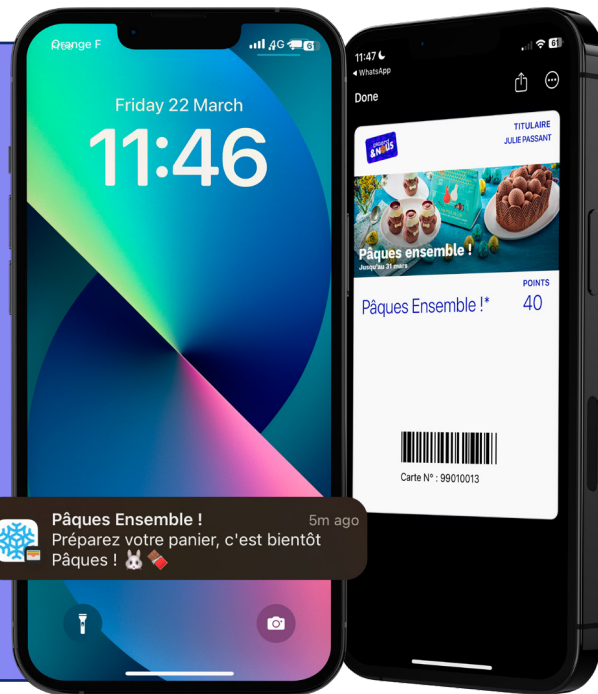
Concevez des cartes wallet qui captent l'esprit printanier de Pâques. Utilisez des visuels lumineux et des couleurs vives pour attirer l'attention des utilisateurs.

Envoyez des notifications push ludiques

Envoyez des notifications push avec une touche ludique, proposant des chasses aux œufs virtuelles, des offres de chocolats spéciales, ou des promotions sur des produits associés à Pâques.

Proposez des offres familiales

Créez des offres spéciales pour les familles, encourageant les achats groupés. Proposez des remises pour les ensembles de produits ou les activités familiales..





Monoprix il y a 2 min
Bientôt Pâques 🍫 Jusqu'à -50% sur le 2ème
sur une sélection de chocolats en magasin et
sur MONOPRIX.fr jusqu'à lundi. Venez vite
composer votre lot !

Le saviez-vous ?

15% à 20%

d'augmentation croissante chaque
année sur les **achats en ligne** pour les
articles liés à Pâques.

MAI

25/05

Fête des mères



La Fête des Mères, une journée dédiée à l'amour et à la reconnaissance envers les mamans, offre aux retailers une occasion privilégiée de créer des campagnes significatives et de susciter l'engagement des consommateurs. Il s'agit de l'une des périodes les plus importantes pour les dépenses liées aux cadeaux.

Nos conseils

Créez des cartes Wallet émotionnelles

Concevez des cartes wallet émotionnelles qui expriment l'amour et la gratitude. Utilisez des visuels tendres et des messages personnels pour créer une connexion émotionnelle.

Envoyez des notifications push reconnaissantes

Envoyez des notifications push pour inciter vos clients à célébrer la Fête des Mères avec votre marque. Proposez des remises spéciales ou des cadeaux exclusifs.





Le saviez-vous ?

10% à 15%

d'augmentation moyenne des dépenses chaque année.

80%

des consommateurs célèbrent la Fête des Mères, avec une dépense moyenne de 50 à 100€/personne.

JUIN

15/06

Fête des pères



La Fête des Pères, une journée dédiée à l'honneur des papas, représente une opportunité stratégique pour les retailers de créer des campagnes engageantes et de proposer des cadeaux uniques.

Nos conseils

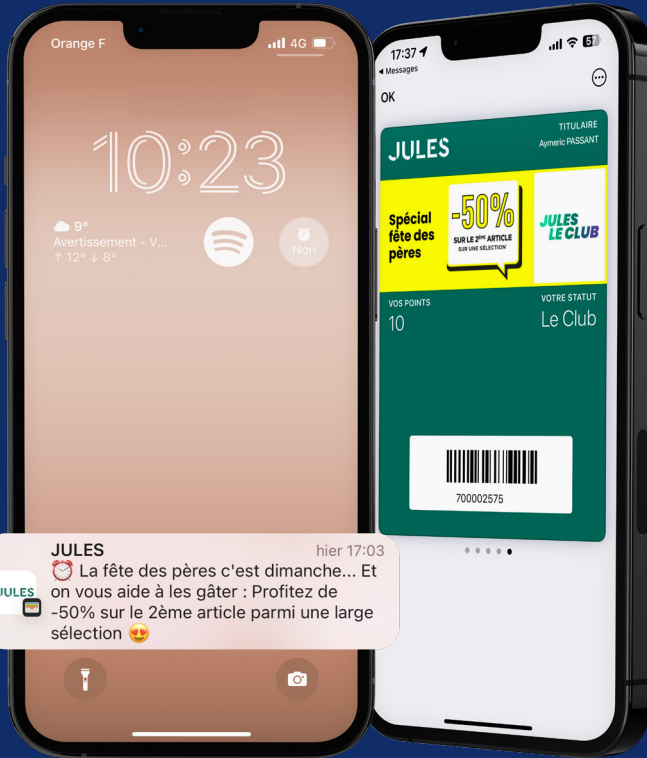
Créez des cartes Wallet élégantes

Créez des cartes wallet élégantes qui mettent en valeur des idées de cadeaux pour les papas. Utilisez des visuels masculins et des messages simples mais significatifs.

Envoyez des notifications push reconnaissantes

Envoyez des notifications push pour reconnaître le rôle essentiel des papas, et rappeler au passage que la date approche ! Proposez des remises spéciales ou des cadeaux uniques en guise de reconnaissance.





JULES hier 17:03
🕒 La fête des pères c'est dimanche... Et on vous aide à les gâter : Profitez de -50% sur le 2ème article parmi une large sélection 😊

Le saviez-vous ?

5% à 10%

d'augmentation moyenne des dépenses à l'année.

70%

des consommateurs célèbrent la Fête des Pères, avec une dépense moyenne de 30 à 70€/personne.

JUILLET

25/06 au 22/07

Soldes d'été



Les soldes d'été, une période très attendue par les consommateurs, offrent aux retailers une opportunité exceptionnelle de dynamiser leurs ventes et de liquider les stocks saisonniers. Cette saison estivale représente une période clé pour attirer l'attention des clients et stimuler leur engagement. Alors brillez sous le soleil des bonnes affaires avec le Wallet Mobile !

Nos conseils

Créez des cartes Wallet estivales

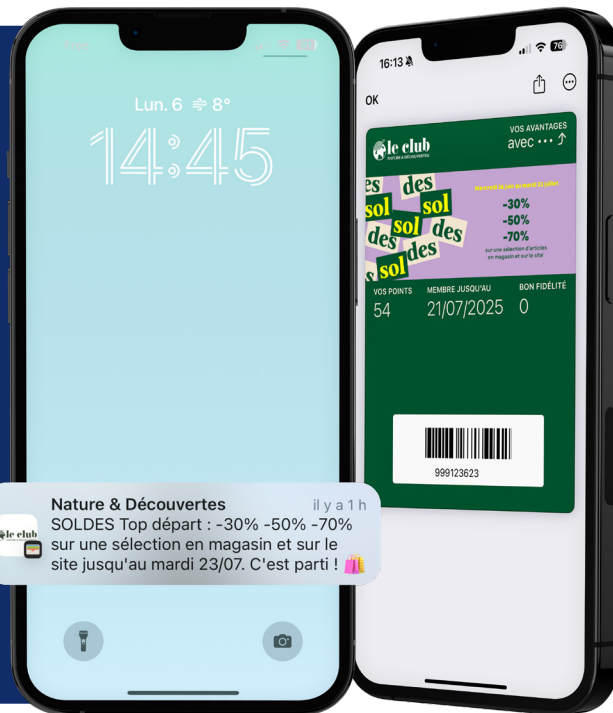
Créez des cartes wallet qui évoquent l'esprit estival avec des visuels lumineux et des messages attrayants. Mettez en avant les offres spéciales sur les articles de saison.

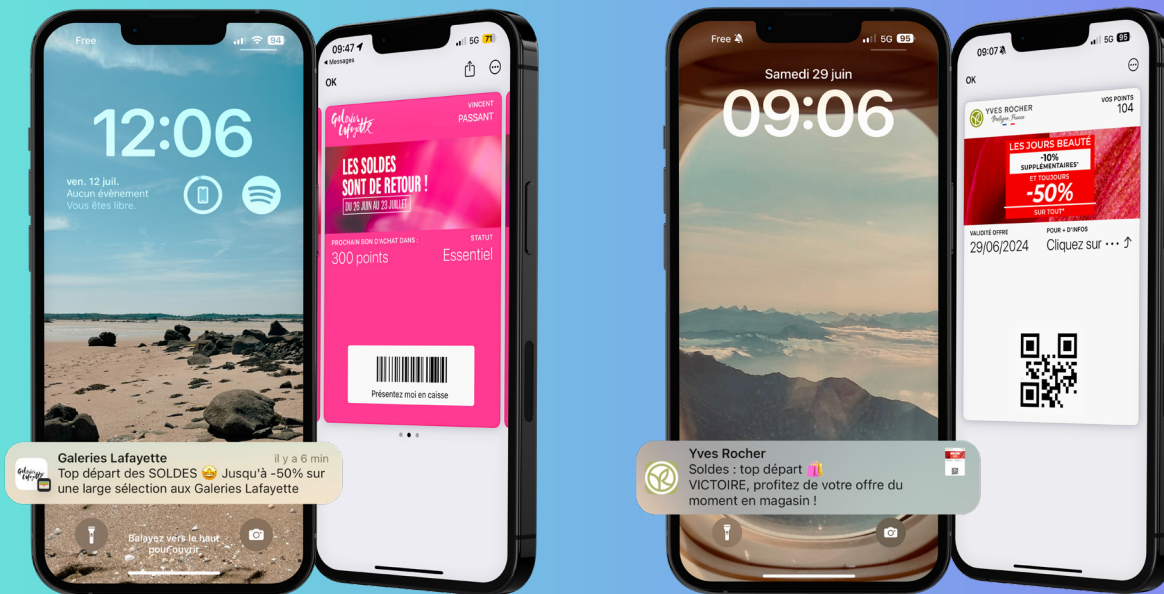
Envoyez des notifications push rafraîchissantes

Envoyez des notifications push pour rappeler aux utilisateurs du wallet les offres estivales et les inciter à découvrir vos nouvelles collections. Utilisez des messages rafraîchissants et dynamiques.

Proposez des offres flash

Organisez des offres flash pendant les soldes d'été, avec des remises supplémentaires pendant des périodes limitées. Utilisez le caractère éphémère pour créer un sentiment d'urgence.





Le saviez-vous ?

20% à 30%

d'augmentation des ventes en moyenne par rapport aux périodes hors soldes.

63%

des consommateurs profitent des soldes d'été pour réaliser des achats.

SEPTEMBRE

1/09

Rentrée des classes



La rentrée des classes en septembre marque le début d'une nouvelle année scolaire. C'est le moment où les familles se préparent en achetant des fournitures scolaires, des vêtements et des équipements, offrant ainsi une opportunité économique pour les retailers et stratégique pour les campagnes wallet.

Nos conseils

Créez des cartes Wallet aux couleurs de la rentrée

Mettez vos offres spéciales rentrée en avant sur votre carte wallet. Une remise exclusive sur une sélection d'articles par exemple.

Envoyez des notifications push stratégiques

Envoyez des notifications push pour rappeler aux parents de commencer leurs achats de rentrée et mettez en avant des promotions spéciales sur les articles scolaires.

Envoyez des notifications push stratégiques

Proposez des offres groupées pour les familles, incluant des remises sur les vêtements, les fournitures scolaires, et les articles électroniques. Encouragez les achats multiples. des promotions spéciales sur les articles scolaires.





Le saviez-vous ?

10% à 15%

d'augmentation moyenne annuelle des dépenses pour la rentrée des classes.

90%

des parents effectuent des achats pour la rentrée, avec une dépense moyenne de 100 à 200€/enfant.

NOVEMBRE

28/01

Black friday



Le Black Friday, une journée de shopping frénétique caractérisée par des offres exceptionnelles, qui marque le début de la saison des achats de fin d'année : 20 à 30% d'augmentation moyenne des ventes par rapport aux jours normaux. C'est une opportunité incontournable pour les retailers de proposer des promotions irrésistibles et de stimuler les ventes.

Nos conseils

Créez des cartes wallet alléchantes

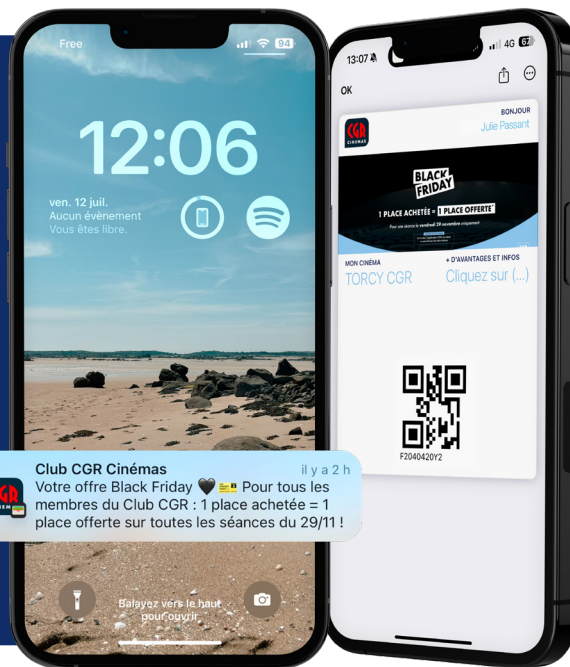
Concevez des cartes wallet mettant en avant des offres exclusives pour le Black Friday. Utilisez des visuels accrocheurs et des messages incitatifs pour capter l'attention.

Envoyez des notifications push stratégiques

Envoyez des notifications push ciblées pour informer les utilisateurs du wallet de vos offres exceptionnelles. N'hésitez pas à envoyer des rappels !

Proposez des offres flash et limitées

Créez des offres flash et des remises limitées dans le temps pour créer un sentiment d'urgence. Encouragez les achats impulsifs avec des promotions uniques.




Club CGR Cinémas il y a 2 h
Votre offre Black Friday Pour tous les membres du Club CGR : 1 place achetée = 1 place offerte sur toutes les séances du 29/11 !




Yves Rocher il y a 3 min
 BLACK FRIDAY Jour J 🌟
 VICTOIRE, profitez de -50% sur TOUT* &
 -25% sur la collection de Noël! 🎁




Menoprix il y a 1 h
 BLACK FRIDAY ❤️ -30% sur TOUS les rayons
 Mode, Maison et Maquillage en magasin et sur
 MONOPRIX.fr jusqu'à dimanche, hors
 exclusions.

Le saviez-vous ?

30%

d'augmentation du trafic en magasin et en ligne.

70%

des dépenses réalisées sur smartphone.

+9%

hausse des ventes de 9% par rapport à l'année précédente.

DECEMBRE

25/12

Noël



Le wallet mobile peut jouer un rôle essentiel dans la diffusion de l'esprit de Noël et dans la promotion d'offres spéciales.

Nos conseils

Créez des cartes Wallet aux couleurs de la rentrée

Créez des cartes wallet enchantées qui évoquent la magie de Noël. Utilisez des visuels chaleureux et des couleurs festives à l'image des fêtes de fin d'année.

Envoyez des notifications push émotionnelles

Envoyez des notifications push émotionnelles pour rappeler aux utilisateurs du wallet l'approche des fêtes et les inciter à découvrir des cadeaux uniques.

Proposez des offres spéciales pour les fêtes

Proposez des offres spéciales conçues pour les fêtes, telles que des remises groupées, des cadeaux avec achat, et des emballages cadeaux gratuits.





La Maison du Chocolat 11:22
 Destination Noël avec La Maison du Chocolat ! Découvrez notre Collection Vents de Noël et plongez dans l'immensité du plaisir chocolat.



Maison 123 hier 17:05
 🎄 It's tiime ! L'équipe Maison 123 vous souhaite un merveilleux réveillon de Noël 🍷

Le saviez-vous ?

15% à 20%

d'augmentation moyenne des dépenses (part significative du chiffre d'affaires annuel des retailers).

25%

d'augmentation du trafic en magasin et en ligne.

79%

des Français achètent en ligne pour Noël.

Pour conclure



À travers ce calendrier, nous avons exploré comment le wallet mobile peut être utilisé de **manière stratégique pour optimiser les campagnes marketing tout au long de l'année.**

De la captation de l'attention pendant les soldes d'hiver à l'illumination des fêtes de fin d'année, le wallet mobile offre une plateforme dynamique pour partager des offres, des informations pertinentes, et créer des expériences personnalisées. En tirant parti de cette solution, les retailers peuvent non seulement accroître leur visibilité, mais aussi renforcer la fidélité des clients.

Avec le **wallet mobile**, chaque saison devient une occasion de créer des **expériences personnalisées, omnicanales** et de **construire des relations durables avec les consommateurs.**

Alors préparez-vous à élever votre stratégie marketing à de nouveaux sommets, saison après saison, avec le pouvoir du wallet mobile !

Captain Wallet by Brevo



Captain Wallet
is made with love by Carving
Labs

Adresse
17 Rue Salneuve
75017 Paris, France

Email
hello@captainwallet.com

Téléphone
+ 33 1 75 43 60 71

[Demander une demo](#)

Plus de 250 clients nous font confiance

MAISON KITSUNÉ
PARIS



alinea



auchan

celio*



MAISONS
DU MONDE
MEUBLES & DÉCORATION

CITADIUM© JULES

L'OCCITANE
EN PROVENCE

botanic

Carrefour



SALOMON

maison 123
PARIS

jacadi
PARIS



te
TotalEnergies

BW

Best Western.
Hotels & Resorts

LACOSTE

castorama-

SEPHORA

NATURE &
DECouvertes

C
COURIR®