



Captain Wallet  
by Brevo

# Le Wallet pour votre budget et vos objectifs

*les questions que les marques se posent*

*Le calcul du ROI ?*

*Quel ROI chez vos clients ?*

*Le coût ?*

*Quels bénéfices client ?*





**Comment se  
calcule le ROI ?**



## Le calcul

Enfin, nous appliquons la formule mathématique du ROI :

**(Bénéfices - Coûts)**

---

**Coûts**

**(CA incrémental - Coûts Captain Wallet)**

---

**Coûts Captain Wallet**

La méthode de calcul du ROI se fait en **plusieurs étapes successives**.

La première étape est la récupération d'une étude complète réalisée par nos clients. Pour faire simple, ils vont **évaluer les différences de fréquence d'achat, de panier moyen et de CA/client** sur une période donnée et **comparer les clients wallétisés vs les clients non wallétisés** sur cette même période.

En général, c'est lors des périodes d'analyse de rentabilité de la marque que **la partie wallet est analysée, au même titre que n'importe quel autre canal**.

Ensuite, nous **évaluons le différentiel avec le CA incrémental généré par la Wallet**. Autrement dit, nous faisons la différence entre le CA généré avec le Wallet vs le CA généré sans le Wallet.





**Quel ROI**  
**chez nos clients ?**



## Quel ROI chez nos clients ?

Le wallet se traduit généralement par une augmentation du **panier moyen** et de la **fréquence d'achat** des clients walletisés :

**15%**

d'augmentation du panier moyen pour les clients walletisés VS. les clients non walletisés.

de fréquence d'achat pour les clients walletisés VS. les clients non walletisés.

**76%**

Il est important de noter que le retour sur investissement peut varier pour chacun de nos clients. Cela va dépendre de leur secteur, de la taille et de la qualité de leur base de données (clients opt-in) existante.

De plus, nous n'avons pas de visibilité sur les chiffres de nos clients, ce sont eux qui nous fournissent leurs analyses, cela va donc également dépendre des données remontées dans le CRM.

Nous pouvons accompagner (au besoin) nos clients dans le calcul du ROI généré avec notre solution.

## Nos observations

Nous avons constaté une augmentation moyenne de **50% du chiffre d'affaires par client walletisé**. Ces chiffres peuvent servir de base pour évaluer le potentiel de retour sur investissement de la solution pour votre entreprise.



**"Nous avons estimé un ROI de 36,5 et +3% sur le CA total de Maison 123 grâce au wallet mobile"**

Marc-Antoine Fremeaux,  
Responsable CRM & Connaissance  
Client chez Maison 123



**Au-delà du ROI,  
quels sont les  
bénéfices pour  
nos clients ?**



Tout d'abord, il permet d'atteindre efficacement les utilisateurs mobiles, en occupant une place de choix dans le téléphone du client. Cette position stratégique est d'autant plus importante car :

- **70% du trafic web provient des appareils mobiles**
- Les utilisateurs passent en moyenne **4 à 5 heures par jour sur leur téléphone.**

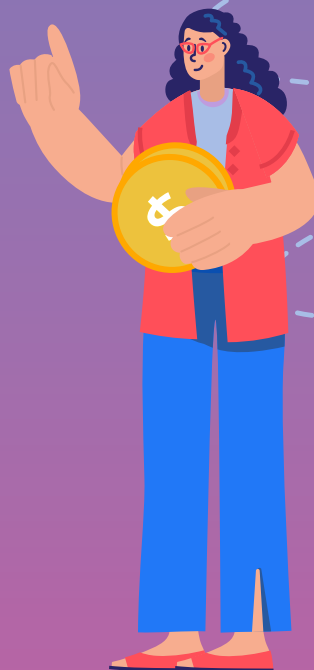
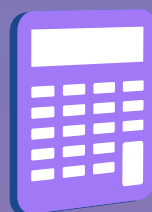
Le wallet favorise également la rétention client avec un **taux moyen de 90%**.

Cela signifie que cette place de choix dans **le téléphone offre une relation à long terme avec les clients.**

### *A retenir*

**70%** du trafic web provient des appareils mobiles

**90%** de rétention client





**Combien  
ça coûte ?**





Le coût du Mobile Wallet comprend à la fois **les frais de configuration initiaux (set-up) et la licence mensuelle**. Ils sont calculés en fonction de la **volumétrie de la base de données et du nombre de campagnes prévues** dans l'année.

### *En savoir plus*

Pour obtenir des détails précis sur les coûts du Mobile Wallet et discuter de vos besoins spécifiques, nous vous recommandons de nous contacter afin que nous puissions vous fournir une estimation personnalisée et répondre à toutes vos questions.





**Captain Wallet**  
by Brevo



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

**Email**  
hello@captainwallet.com

**Téléphone**  
+ 33 1 75 43 60 71

**Adresse**  
106 boulevard Haussmann  
75008 Paris, France

**DEMANDER UNE DÉMO**

**Plus de 200 clients nous font confiance**

**Intermarché**

**JULES**

**LÉON**  
DEPUIS 1983

**CENTRAKOR**



**TRUFFAUT**

**TOTAL**

**DECATHLON**

**CORSAIR**

**GÉMO**

**G SPORT**

**IKKS**

**INTERSPORT SARENZA.**

**ACCOR**

**L'OCCITANE**  
EN PROVENCE

**Rakuten**

**Carrefour**



**botanic**

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

**NATURE &**  
DECOUVERTES

**castorama**

**Maison 123**  
PARIS

**PARTOUCHE**

**AU BUREAU**

**Feu Vert**

**Jacadi**  
PARIS