



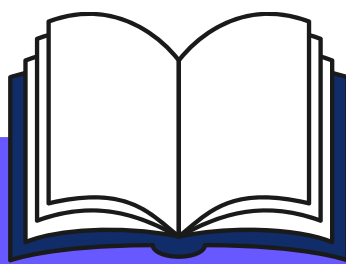
Notifications push & wallet mobile :

Le combo gagnant pour engager
et fidéliser ses clients

INTRODUCTION

Aujourd'hui, tous les moyens sont bons pour fidéliser et engager ses clients ! Pour cela, des outils émergent chez les marques, comme c'est le cas du wallet mobile et des notifications push. Ces technologies offrent des moyens directs et personnalisés pour communiquer avec les consommateurs, ouvrant la voie à des interactions plus significatives et immédiates.

De son côté, le wallet mobile transforme la manière dont les marques interagissent avec leurs clients, en dématérialisant et en centralisant dans les mobiles des clients toutes sortes de contenus marketing. Les notifications push, quant à elles, permettent d'envoyer des messages ciblés directement sur les appareils des utilisateurs, à un moment clé, augmentant ainsi la visibilité et l'engagement.



Dans ce livre blanc, nous allons explorer comment combiner efficacement le wallet mobile et les notifications push pour améliorer l'expérience client, renforcer la présence de la marque et stimuler la fidélité.

À travers des exemples clairs, des conseils pratiques et des études de cas réussies, nous vous montrerons la puissance de cette synergie pour votre stratégie marketing.

1.

**Qu'est-ce que le
Wallet Mobile et les
notifications push ?**

1. Le wallet mobile

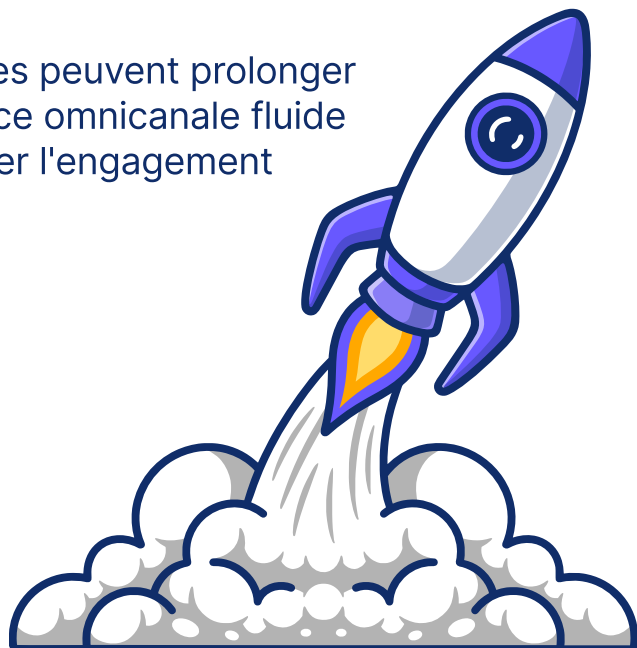
Le Wallet Mobile est une solution efficace pour optimiser l'expérience client et dynamiser les stratégies marketing des entreprises.

Imaginez offrir à vos clients un moyen simple, rapide et efficace de rester connectés avec votre marque, le tout à portée de main. Le Wallet Mobile, intégré directement dans le smartphone de l'utilisateur, permet de dématérialiser n'importe quel contenu marketing.

Les cas d'usages sont nombreux : proposez à vos clients de récupérer leur carte de fidélité, carte membre, carte tiers payant, ou encore leur carte d'embarquement en 2 clics dans une application unique, sur leur smartphone. Moins de carton et de plastique, et plus pratique pour les consommateurs !

Du côté des entreprises, les avantages du Wallet Mobile sont également multiples. Il booste la fidélité client en permettant d'envoyer des notifications push personnalisées et en temps réel, à tous ses clients "wallétisés". Un moyen ultra efficace de les informer des nouveautés, des promotions spéciales ou de l'évolution de leur solde de points. De plus, cette solution drive-to-store et drive-to-web favorise l'engagement des clients en ligne comme en magasin, créant ainsi une cohérence et un alignement entre le digital et le physique.

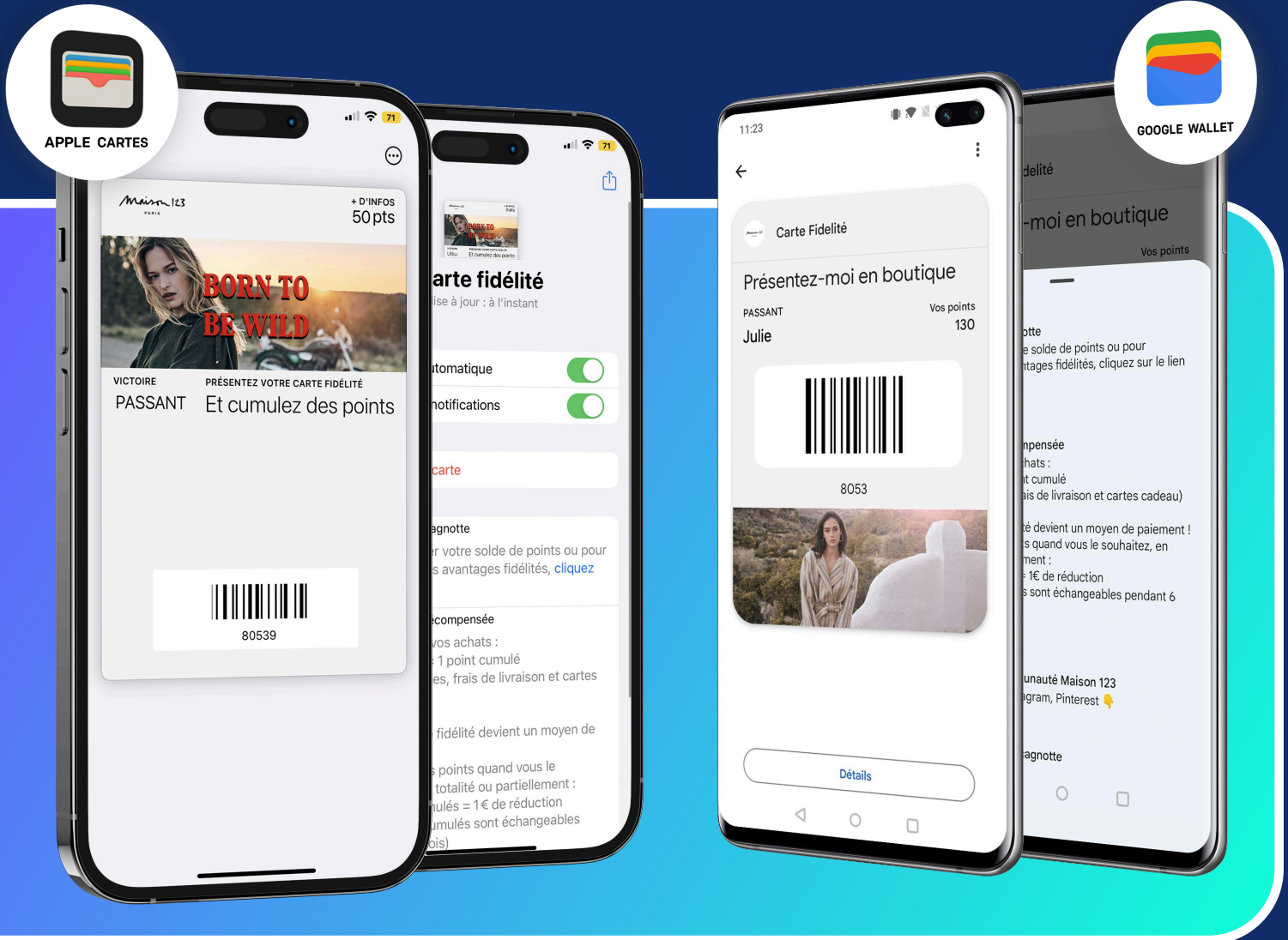
Grâce au Wallet Mobile, les entreprises peuvent prolonger le parcours client, offrir une expérience omnicanale fluide et personnalisée, et surtout, maximiser l'engagement et la satisfaction de leurs clients.



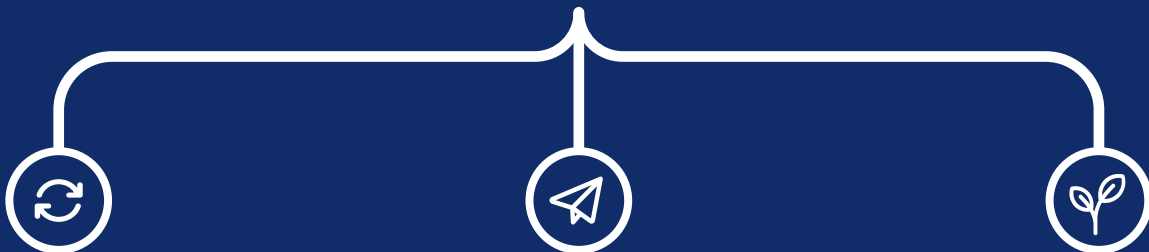
Le cas de *Maison 123*

PARIS

La célèbre marque de prêt-à-porter féminin Maison 123, du groupe Etam, propose à ses clients de dématérialiser la carte de fidélité au format wallet.



La marque a choisi le wallet mobile pour 3 raisons :



Moderniser ses moyens de communication

Relayer efficacement les offres liées aux programmes de fidélité et les opérations marketing en fil rouge

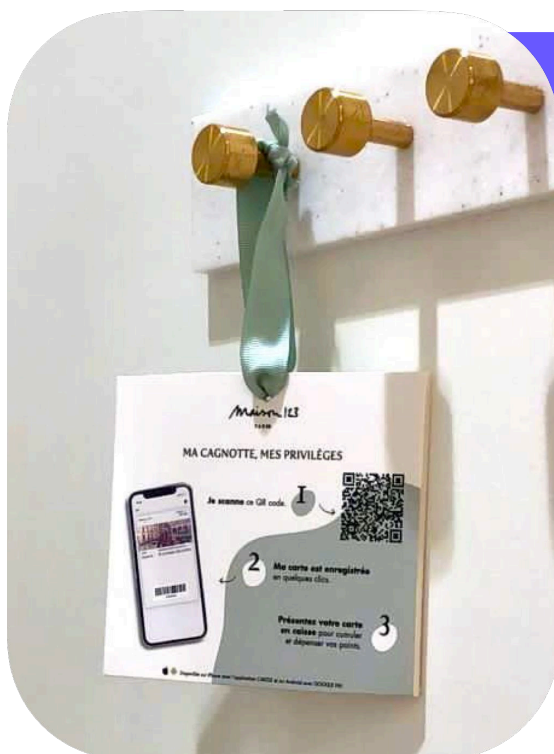
Avoir une démarche éco-responsable en ne proposant plus de carte de fidélité plastique/carton

Maison 123 capitalise beaucoup sur cet outil et propose la dématérialisation de sa carte depuis de multiples points de contact : réseaux sociaux via des stories instagram, en cabine d'essayage grâce à un QR code, depuis sa newsletter, sur son site internet, etc.

Mail dédié



Story instagram



En boutique,
dans les cabines
d'essayage

Une fois la carte dans le wallet des clients, Maison 123 envoie des notifications push ciblées et personnalisées à ses clients "wallétisés" :



Résultats

Maison 123 a constaté que les clients "wallétisés" ont **doublé leur chiffre d'affaires** et **augmenté leur fréquence d'achat** de

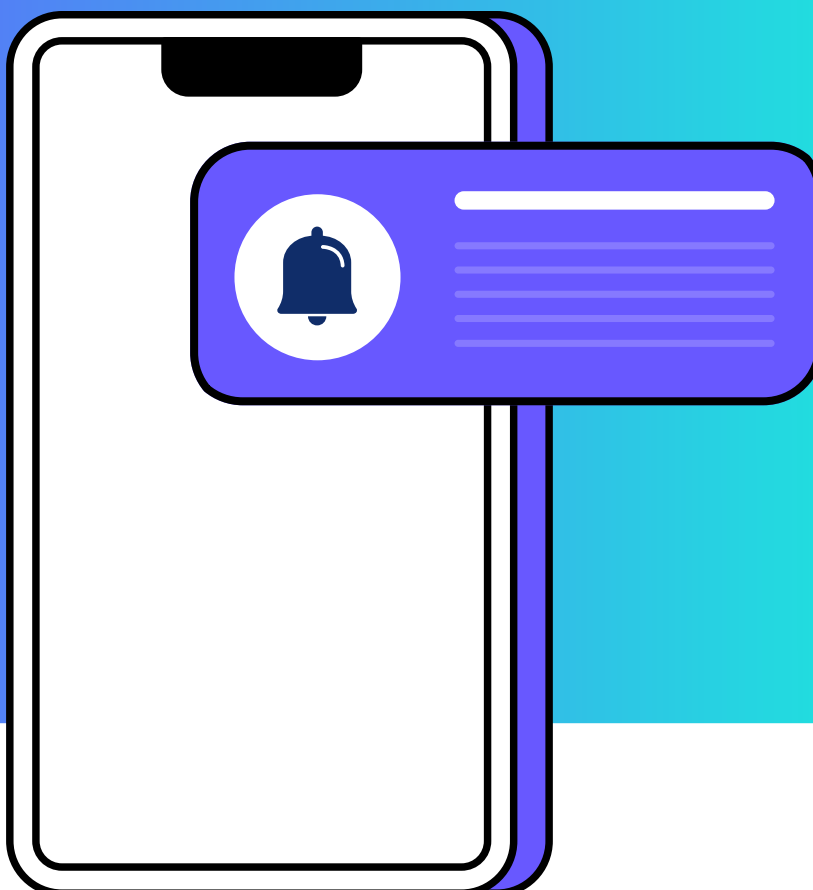
71% par rapport aux clients non wallétisés.

Le wallet représente ainsi pour la marque un ROI estimé de **36,5**

2. Les notifications push

Les notifications push sont des messages courts envoyés depuis une application vers le smartphone de l'utilisateur, même lorsque l'application n'est pas ouverte. Elles servent à informer, rappeler ou inciter à l'action, offrant ainsi un moyen efficace de capter l'attention des consommateurs en temps réel.

Vous l'aurez compris, il est possible d'envoyer des notifications push via le wallet mobile. Mais ce n'est pas tout. Il existe d'autres types de notifications push tout aussi efficaces, chacun ayant un objectif spécifique.



Notifications Push Web

Notifications envoyées via les navigateurs web pour atteindre les utilisateurs desktop et mobile.

Ce sont des messages de type alerte qui s'affichent instantanément sans que l'abonné soit en train de visiter l'application ou le site web.

les notifications push web permettent de



Augmenter le trafic sur un site internet



Réengager efficacement ses clients



Booster la conversion



Motiver l'intention d'achat des utilisateurs

Exemple de *Alltricks*

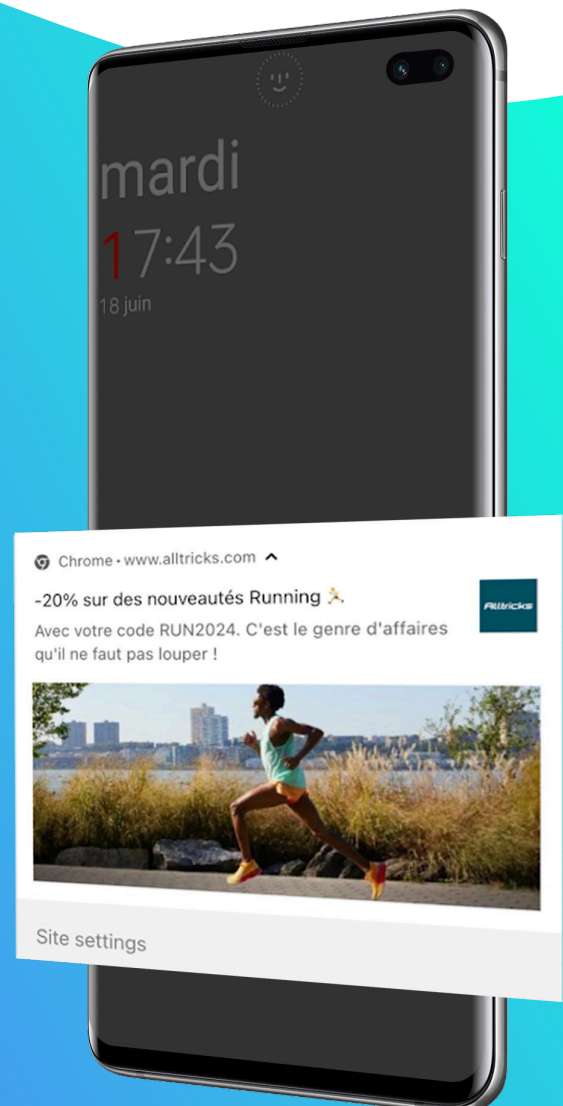
Alltricks propose une promotion de -20% sur ses abonnés ayant visité la catégorie "running".

Ici, l'objectif de la marque est clairement de motiver l'intention d'achat de ses utilisateurs en ciblant leur centre d'intérêt et leurs données de navigation.

Résultats

2,8% de CTR

2% de conversion grâce à cette notification



Messages on-site (ou pop-up)

Messages affichés aux visiteurs pendant leur navigation sur le site web. Ils peuvent être personnalisés et déclenchés en fonction des comportements des utilisateurs, tels que l'entrée ou la sortie d'une page

Les messages on-site permettent de



Cibler tous les visiteurs



Collecter de la donnée



Booster la conversion



Engager les prospects/clients lorsqu'ils sont chauds

Exemple de *L'ÉQUIPE*

L'Équipe informe ses meilleurs abonnés de leurs avantages.

Résultat

15% de CTR

Ces types de notifications, lorsqu'ils sont bien utilisés, peuvent considérablement augmenter l'engagement et la satisfaction client, tout en favorisant la fidélité à la marque.



3.

Quels sont les avantages pour les marques et les consommateurs ?

Pour les marques, l'intégration du wallet mobile et des notifications push dans leur stratégie de marketing digital offre plusieurs avantages :

Augmentation de l'engagement

Ces outils permettent d'interagir directement avec les clients, augmentant ainsi les taux d'ouverture et d'interaction.

Personnalisation

Ils offrent la possibilité de cibler les messages en fonction des préférences et du comportement d'achat des utilisateurs, rendant la communication plus pertinente et efficace.

Mesure de performance

Les marques peuvent suivre l'efficacité de leurs campagnes grâce à des analyses détaillées sur les interactions des utilisateurs avec les notifications et le contenu du wallet mobile.

Voici quelques chiffres qui prouvent l'utilité d'utiliser les notifications web push et les messages on-site

+6% d'augmentation du trafic sur votre site

75% d'abonnés web push mobile

+5% de conversion sur votre site

10% des utilisateurs du site deviennent opt-in webpush

4 à 15% de CTR pour les pop-ups, 5 à 8% de CTR pour les notifications push

Pour les consommateurs, ces technologies améliorent l'expérience d'achat en fournissant :



Convenance : Accès facile à des offres, coupons et cartes de fidélité sans avoir à porter de multiples cartes physiques.



Offres personnalisées : Réception d'offres et de promotions adaptées à leurs intérêts et comportements d'achat.



Interactions simplifiées : Notifications opportunes sur des informations pertinentes, améliorant ainsi l'expérience utilisateur globale.



**La synergie entre le
wallet mobile et les
notifications push :
place à la mobile
activation !**

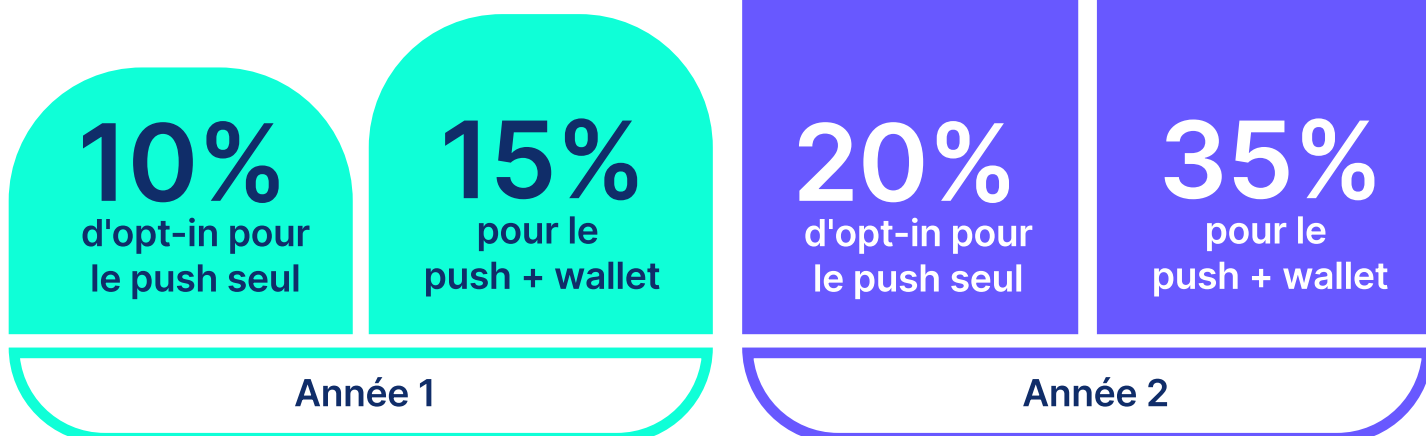
Le wallet mobile et les notifications push, lorsqu'ils sont utilisés conjointement, créent une synergie puissante qui amplifie considérablement l'engagement client et les performances marketing. On appelle cela la "mobile activation". C'est-à-dire l'activation de plusieurs solutions sur le mobile afin de multiplier l'engagement et la fidélisation client.

Cette alliance stratégique permet aux marques de communiquer de manière plus efficace, personnalisée et opportune avec leurs clients, tout en offrant une expérience utilisateur fluide et cohérente.

1. Comment ces outils travaillent ensemble pour booster l'engagement ?

1. Un reach et une rétention accrus

L'utilisation combinée du wallet mobile et des notifications push permet d'augmenter significativement la portée des communications de la marque. Selon les données fournies, on observe une progression notable de l'opt-in sur deux ans :



Cette synergie permet non seulement d'atteindre plus de clients, mais aussi de les retenir plus efficacement, avec un taux de rétention des cartes wallet supérieur à 95%.

2. Un parcours client optimisé

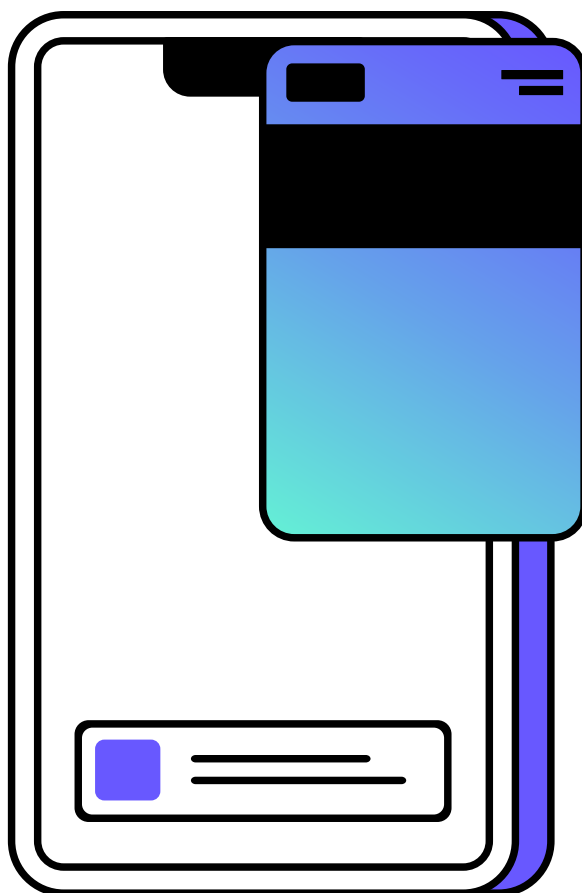
Le wallet mobile offre un point d'ancrage permanent sur le smartphone du client, tandis que les notifications push permettent de réactiver l'engagement au moment opportun. Par exemple, une carte de fidélité dans le wallet peut être complétée par des notifications push annonçant des offres spéciales ou rappelant le solde de points.

3. Une personnalisation avancée

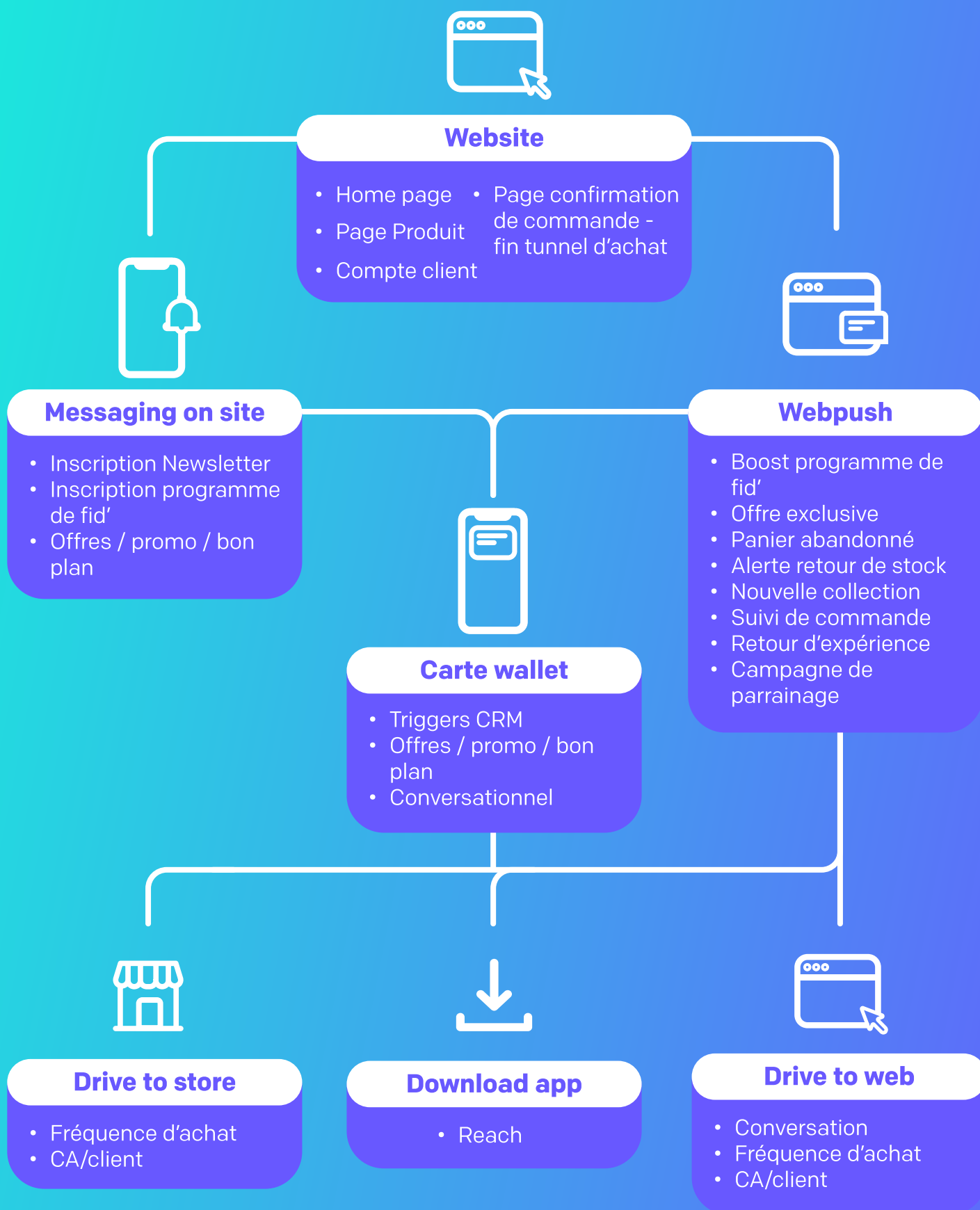
En combinant le wallet avec la capacité de ciblage des notifications push, les marques peuvent créer des messages hautement personnalisés et contextuels, augmentant ainsi leur pertinence et leur impact.

4. Une conversion améliorée

Les notifications push peuvent diriger les utilisateurs vers leur wallet mobile pour accéder à des offres exclusives ou des coupons, créant ainsi un chemin direct vers la conversion. Cette approche a permis à certaines marques d'observer une augmentation de la fréquence d'achat allant jusqu'à 76% en moyenne.



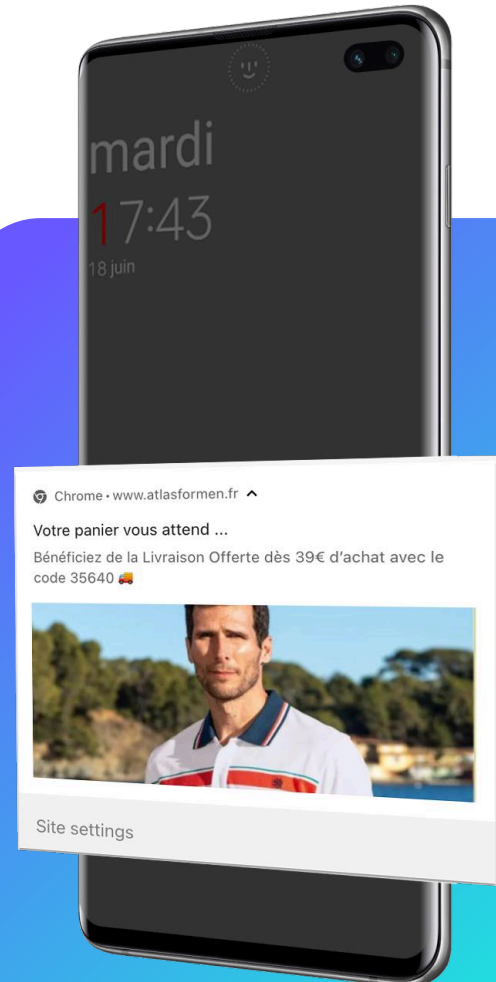
Voici un exemple de parcours client qui combine le wallet et les notifications push :



Quelques exemples de stratégies réussies

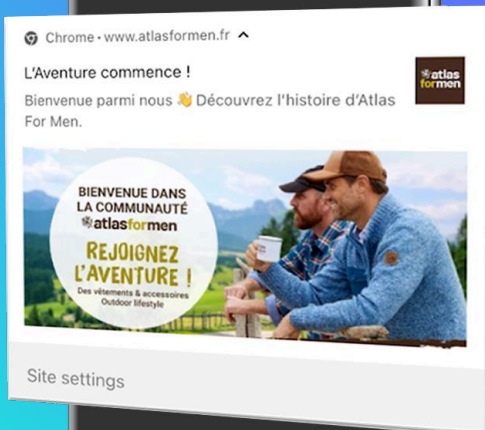
Relance de paniers abandonnés :

Atlas For Men utilise les notifications push pour rappeler aux utilisateurs leurs paniers abandonnés, avec un taux de conversion impressionnant de 28% sur ces notifications.



Campagnes saisonnières :

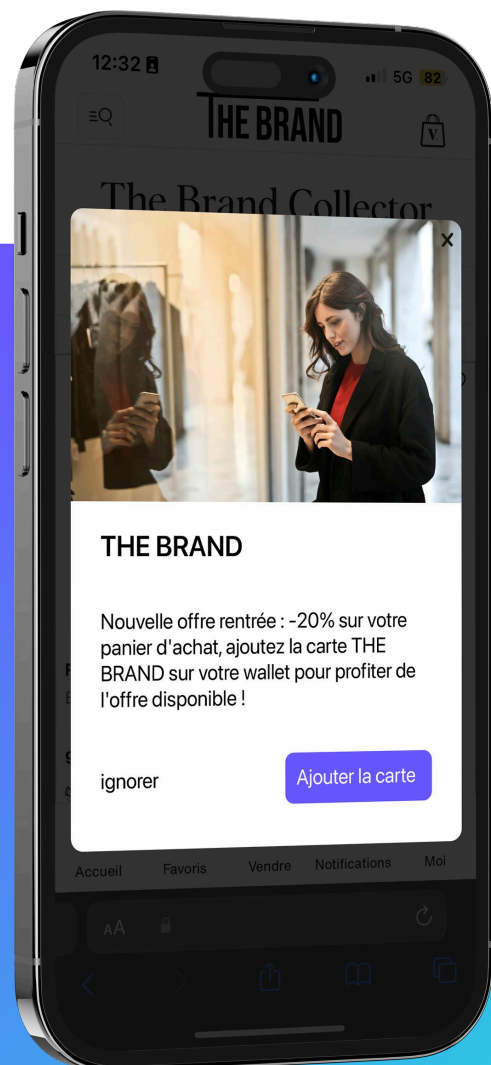
Les marques comme Jacadi, Lacoste ou encore Castorama utilisent le wallet pour leurs cartes de fidélité et envoient des notifications push pour annoncer les soldes d'hiver ou des idées cadeaux pour la fête des pères par exemple, créant ainsi une expérience omnicanale cohérente.



Onboarding et fidélisation :

Atlas For Men accueille ses nouveaux abonnés avec une notification push de bienvenue, qui présente les avantages de rejoindre leur communauté, obtenant un taux de conversion de 10% sur cette seule notification.

On pourrait également imaginer une pop-up mettant en avant une offre, disponible sur le wallet mobile :



CONCLUSION

La synergie entre le wallet mobile et les notifications push crée un écosystème marketing puissant. Elle permet aux marques de maintenir une présence constante sur les appareils de leurs clients tout en les engageant de manière ciblée et opportune. Cette approche combinée ne se contente pas d'améliorer l'engagement client. Elle se traduit par des résultats tangibles en termes de fréquence d'achat, de chiffre d'affaires et de fidélisation client.

L'avenir de l'engagement client réside dans la personnalisation, la pertinence et l'omnicanalité. Le wallet mobile et les notifications push, utilisés conjointement, répondent parfaitement à ces exigences. Ils permettent aux marques de créer une présence constante mais non intrusive sur les appareils de leurs clients, tout en offrant des expériences sur mesure qui stimulent l'engagement et la fidélité.





Captain Wallet

by Brevo



Captain Wallet by Brevo

is made with love by
Carving Labs

Email

hello@captainwallet.com

Téléphone

+ 33 1 75 43 60 71

Contactez un expert wallet

Plus de 250 clients nous font confiance

MAISON KITSUNÉ
PARIS

MAISONS
DU MONDE

alinea celio*

COURIR®



april

Intermarché

JULES

LACOSTE

CENTRAKOR



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

ARTOUCHE

AU BUREAU

Feu Vert

jacadi
PARIS