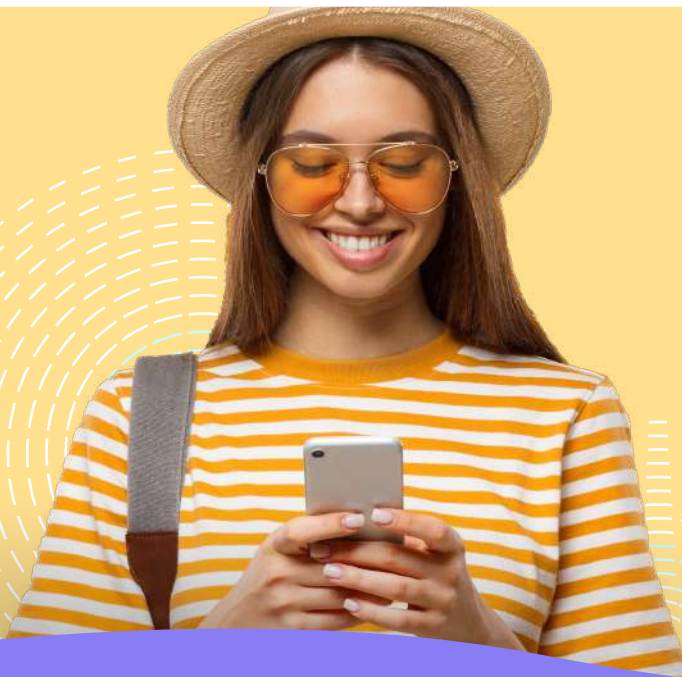




Captain Wallet

USE CASE BOOK



2 CAS CLIENTS CONCRETS AVEC LE MOBILE WALLET

Exemples, stratégies, chiffres et visuels

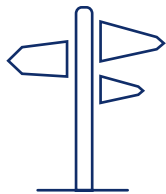
SECTEUR DU TOURISME

CORSAIR

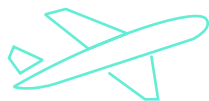
BW

Best Western.
Hotels & Resorts

SOMMAIRE



**INTRODUCTION SUR LE WALLET ET
SES FONCTIONNALITÉS**
P.1-3



SECTEUR DU TOURISME
P.4-13

CORSAIR
P.4

BEST WESTERN FRANCE
P.9

CONNAISSEZ-VOUS LE WALLET MOBILE ?

Le mobile wallet est **une application mobile native** chez tous les iPhones (nommée «Cartes») et tend à le devenir chez tous les Androids (nommée «Google wallet», anciennement «Google Pay»).

Grâce à ces applications wallet, **un utilisateur peut dématérialiser n'importe quel support sur son smartphone** : cartes de fidélité, bons de réduction, boarding pass, carte tiers payant, reçu click & collect et plus encore !

En 2021, **38,7% des français connaissaient cette application** et parmi eux, **56% l'utilisaient** pour y enregistrer leur carte de fidélité. Des chiffres qui ne cessent d'augmenter d'années en années.

Nouveau canal relationnel par excellence, le wallet mobile **permet d'envoyer des notifications push** à tous ses clients "wallétisés". Un support qui séduit donc les entreprises de tous les secteurs.

VOICI QUELQUES SCÉNARIOS QUE VOUS VERREZ DANS CE BOOK



**CARTES DE
FIDÉLITÉ**

CORSAIR

BW | Best Western.
Hotels & Resorts

**BONS DE
RÉDUCTION**

BW | Best Western.
Hotels & Resorts

**BOARDING
PASS**

CORSAIR

**RÉACTIVA-
TION CLIENT**

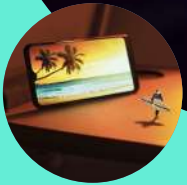
BW | Best Western.
Hotels & Resorts



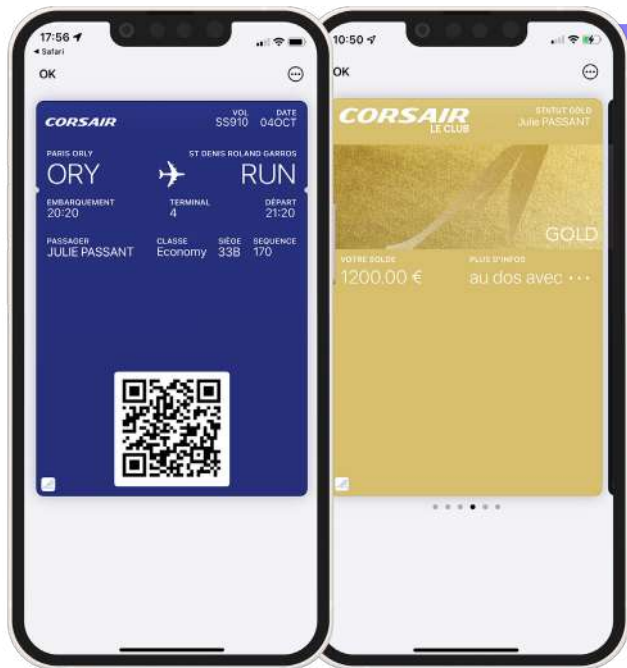
LE SECTEUR DU *TOURISME*

CORSAIR

Les compagnies aériennes et le
wallet mobile : **le combo gagnant**



LES OBJECTIFS



Pendant la crise du Covid, voyager nécessitait un effort pour les clients. La compagnie a choisi le wallet pour faciliter la vie de ses clients en leur proposant de digitaliser tous leurs supports dans leur mobile.

- 1 **Faciliter le parcours client lors d'un voyage**
- 2 **Permettre au client d'avoir toujours sa carte sur soi, avoir toujours un suivi de sa cagnotte en temps réel et les détails de ses bons d'achat**
- 3 **Proposer des campagnes personnalisées afin d'être plus généreux avec les clients les plus fidèles**
- 4 **Proposer une approche spécifique pour chaque type de carte (carte d'embarquement, carte de fidélité et facilipass)**

LE RÉSUMÉ DE LA STRATÉGIE

LA CARTE D'EMBARQUEMENT



EMAIL

72h avant le départ, les passagers reçoivent un email les invitant à faire leur check-in sur le site de Corsair



LA CARTE EST TÉLÉCHARGÉE

Une fois l'enregistrement fait, le client peut télécharger sa carte d'embarquement dans son wallet en 2 clics

LA CARTE DE FIDÉLITÉ



EMAIL ET SITE WEB

Corsair utilise l' emailing et son site pour proposer la carte wallet Corsair Le Club



LA CARTE EST TÉLÉCHARGÉE

Le client retrouve sa carte Corsair dans son wallet sur laquelle il retrouve sa cagnotte et ses avoirs qui évoluent en temps réel



LE CLIENT EST NOTIFIÉ AUTOMATIQUEMENT

Dès que sa cagnotte évolue, le client reçoit une notification et sa carte est mise à jour s'il atteint un nouveau statut

LE FACILIPASS



UN SÉSAME POUR SIMPLIFIER LA VIE DES PASSAGERS

Un pass qui permet de dématérialiser l'ensemble des documents sanitaires



UN GAIN DE TEMPS POUR LES PASSAGERS ET LES AGENTS CORSAIR

Avec un simple scan de la carte, l'agent retrouve toutes les informations nécessaires de l'ensemble des passagers d'un même numéro de réservation

LES RÉSULTATS



Soit le taux
d'installation du
boarding pass
dans le wallet

92%

78%

Soit le taux d'installation
de la carte de fidélité
Corsair Le Club dans le wallet

TÉMOIGNAGE



A un moment où la démarche de voyager nécessitait un effort et impliquait de nombreuses contraintes, nous avons fait le nécessaire pour accompagner au mieux nos clients et leur faciliter la tâche dans la mesure du possible. Grâce au wallet, les clients Corsair peuvent retrouver tous leurs documents de voyage au même endroit, sur leur smartphone. Nous offrons ainsi à nos clients une expérience de voyage fluidifiée et sans coutures.

*Julien Ballout
Responsable Digital Factory chez CORSAIR*





BW | Best Western®
Hotels & Resorts

**Le cas Best Western France :
réactiver ses clients et booster la
fidélisation avec le wallet mobile**

LES OBJECTIFS

Fortement touché par la crise sanitaire, Best Western France souhaitait développer un nouveau point de contact comme solution de plan de relance et répondre à ses objectifs de sortie de confinement.



- 1 Renforcer la distribution directe sur les canaux Best Western France
- 2 Développer un point de contact digital comme solution de plan de relance
- 3 Relayer efficacement les offres du club de fidélité Best Western Rewards® auprès de ses clients les plus fidèles

LE RÉSUMÉ DE LA STRATÉGIE

1 LES POINTS DE CONTACTS



EMAIL

Le client peut télécharger sa carte depuis les newsletters, emails de confirmation de réservation et emails de remerciement



SMS DÉDIÉS

Un SMS est envoyé aux clients opt-in proposant le téléchargement de la carte privilège dans le wallet via un lien



SITE WEB

La marque propose le téléchargement de la carte wallet depuis le site web, dans l'espace client

2 LA CARTE EST DANS LE MOBILE DU CLIENT



LA CARTE EST TÉLÉCHARGÉE

Le client peut retrouver sa carte Best Western dans son wallet en 2 clics



MISE À JOUR EN TEMPS RÉEL

Le solde de points affiché sur la carte est mis à jour en temps réel, ainsi que son statut. La carte change de couleur selon le statut du client



LE CLIENT EST NOTIFIÉ AUTOMATIQUEMENT

Une notification est envoyée lorsque le client obtient des points ou qu'il change de statut

3 LA MARQUE RECIBLÉ SES CLIENTS



LA CARTE ÉVOLUE SELON LES TEMPS FORTS

Un pass qui permet de dématérialiser l'ensemble des documents sanitaires



LE CLIENT REÇOIT UNE NOTIFICATION

Best Western France recible ses clients lors de chaque offre et temps fort. Un moyen efficace pour réactiver ses clients.

LES RÉSULTATS

72%

des membres des statuts les plus élevés sont opt-in wallet

14%

des clients n'ayant pas séjourné chez Best Western France depuis plus de 18 mois ont effectué un nouvel achat suite à une campagne wallet



TÉMOIGNAGE



Le wallet vient en support du programme de fidélité et est un réel booster de la stratégie de marque, la stratégie commerciale et les temps forts.

Mélanie Le Lèvec
Directrice Marketing et communication chez BEST WESTERN FRANCE



LE MOT DE LA FIN

Une infinité de scénarios est possible avec le wallet ! Que ce soit dans le secteur du retail, de la grande distribution, de l'assurance ou encore du tourisme, **chaque cas client est unique** et utilise le wallet à sa façon. Dématérialisation de la carte de fidélité, de la carte tiers payant, d'un bon de réduction ... **tous performent avec ce canal relationnel !**
Découvrez la solution Captain Wallet par vous-même et comment celle-ci peut s'adapter à votre marque.

Merci à toutes les marques présentes dans ce book



CORSAIR



Captain Wallet

is made with love by Carving
Labs

Email

hello@captainwallet.com

Téléphone

+ 33 1 75 43 60 71

Adresse

44 Rue Richer.
75009 Paris, France

Plus de 200 clients nous font confiance

