

# INTERVIEW DE MARTA FERNANDES

RESPONSABLE CRM

CHEZ NATURE & DECOUVERTES



*Marta Fernandes travaille chez Nature & Découvertes depuis 1 an et demi en tant que Responsable CRM. Elle nous révèle dans cette interview son parcours, ses best practices et les principaux challenges qu'elle doit relever au quotidien chez Nature & Découvertes. Découvrez également pourquoi et comment elle et son équipe implémentent le wallet mobile au sein de l'expérience client de marque ainsi que les résultats générés par ce canal relationnel.*



## SOMMAIRE

- p.3 • Présentation**
- p.5 • Son expertise**
- p.8 • L'utilisation du wallet**
- p.10 • Conseils et bonnes pratiques**
- p.11 • Le mot de la fin**

# Présentation

*“Notre mission est de choisir des solutions concrètes pour accompagner la transition vers des modes de vies durables et engagés”*

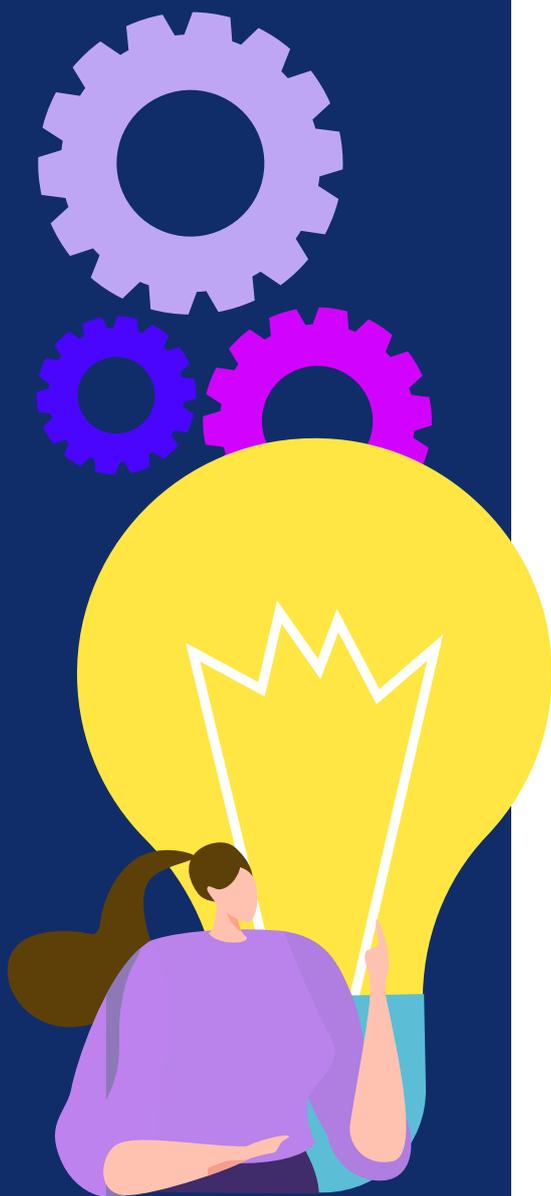
## **Peux-tu te présenter et nous parler de tes expériences passées avant d'intégrer Nature & Découvertes ?**

Bien sûr ! Je suis Marta Fernandes, j'ai 43 ans et je suis arrivée chez N&D en janvier 2023. J'ai commencé ma carrière en tant qu'assistante marketing. À l'époque, je m'occupais des catalogues papier et du fax, puis on m'a proposé de m'occuper des newsletters. J'ai adoré m'occuper de la conception des newsletters et du ciblage.

Ensuite, j'ai eu une superbe opportunité chez Photobox, où j'ai passé six ans et demi dans le CRM. C'était une expérience formidable ! J'y suis devenue chef de projet CRM. Puis, j'ai développé mes compétences en CRM chez Camaïeu, où je suis restée environ quatre ans et demi. En tout, cela fait plus de 15 ans que je travaille dans le CRM.

## **Pour toi, le CRM a été comme une évidence ?**

Oui, exactement. Ce qui m'a vraiment plu, c'est la partie digitale. J'ai voulu rejoindre un pure player comme Photobox, et cela a été une école extraordinaire pour moi. J'y ai appris la fidélisation, le ciblage, la segmentation, et j'ai lancé un programme de fidélité. Comprendre et connaître le client, proposer le bon produit au bon moment... Nous avons même commencé à personnaliser les newsletters dès 2010. Par exemple, nous incluons la première photo téléchargée par le client dans ses newsletters. C'était vraiment innovant à l'époque !



## ***Une fois que tu as intégré Nature & Découvertes, quels ont été tes premiers pas ?***

Mon arrivée a été fantastique. J'ai reçu un accueil chaleureux et bienveillant, à l'image de Nature & Découvertes. Je me suis tout de suite sentie intégrée et à ma place. Les personnes sont là pour aider et il n'y a que de la bienveillance.

## ***Pourquoi avoir choisi Nature & Découvertes ? Est-ce pour les valeurs, l'entreprise, les missions ?***

Les missions m'ont plu, et je me suis retrouvée dans les valeurs de l'entreprise. Nature & Découvertes a une belle image et une belle histoire. Mon manager partageait la même vision du CRM que moi, ce qui a été déterminant.

## ***À propos de Nature & Découvertes, quelles sont les valeurs de l'entreprise ?***

Plutôt que de parler de valeurs, nous parlons de raison d'être. Depuis fin 2022, nous sommes devenus une société à mission, ce qui est inscrit dans nos statuts. Cela constitue une vraie boussole pour nos collaborateurs. Notre mission est de choisir des solutions concrètes pour accompagner la transition vers des modes de vie durables et engagés pour la biodiversité.

## Son expertise

*«je réfléchis à un plan pour construire une relation privilégiée avec nos adhérents via le canal le plus approprié, c'est pourquoi nous avons choisi le wallet.»*

### **Quelles sont tes missions actuelles chez Nature & Découvertes ?**

Notre mission au sein du service est de définir et piloter la stratégie CRM. Concrètement, nous avons un programme de fidélité payant, ce qui est de plus en plus rare aujourd'hui. Ca le rend complexe car nous ne connaissons pas tous nos clients qui passent en magasin.

Notre objectif principal est de fidéliser nos membres du club, d'en recruter de nouveaux, d'augmenter l'engagement et la valeur client. Au quotidien, en tant que responsable CRM, je réfléchis à un plan pour construire une relation privilégiée avec nos adhérents via le canal le plus approprié et le wallet en fait totalement parti.

Je travaille également sur les projets d'évolution de nos outils CRM, le développement de la personnalisation du contenu, et sur tous les projets 360 en relation avec le client.

## **Tu mentionnes souvent la personnalisation. À quel point est-ce important aujourd'hui de personnaliser la relation client ?**

Aujourd'hui, c'est extrêmement important ! Les habitudes de consommation varient, et c'est ce qui fait le CRM d'aujourd'hui.

Il faut arrêter les envois de masse et se rapprocher du client.

Penser «client first» est essentiel : que souhaite recevoir le client ? Quel contenu lui est propre ? Pour moi, c'est la base du CRM.

## **Quelles ont été tes priorités lorsque tu es arrivée chez N&D ?**

J'ai d'abord travaillé sur le développement du wallet. Nous n'utilisions que 20% de ses capacités. J'ai donc travaillé sur l'enrichissement de ce flux de données avec l'équipe IT. J'ai travaillé également sur les problématiques de réadhésion, la mise en place de nouveaux triggers et travaillé sur l'augmentation du poids du trafic issu de nos communications CRM sur le site. Ce furent mes missions principales en 2023.



## ***Peux-tu m'en dire un peu plus sur ton équipe ?***

Nous sommes deux dans le service CRM, moi-même et une cheffe de projet CRM. Nous travaillons beaucoup avec l'équipe communication, le studio, l'édition, l'équipe digitale, l'informatique, les achats, ainsi qu'avec une responsable des thèmes pour les produits et le service juridique. Nous collaborons avec de nombreuses équipes au sein de l'entreprise.

## ***Quels outils utilises-tu au quotidien ?***

Nous utilisons Adobe Campaign pour le ciblage de nos campagnes. Pour la création des emails, Dartagnan. Tinyclues pour la segmentation via IA et Captain Wallet pour les campagnes push et la personnalisation de notre carte wallet. Enfin, nous commençons tout juste à utiliser Relevant pour l'individualisation des contenus d'email.

## ***Sur quels canaux interagissez-vous le plus avec vos clients ?***

Principalement par email, de plus en plus avec le wallet, et aussi par SMS pour les triggers et certaines grandes opérations commerciales. Nous utilisons également le mailing papier pour les grandes campagnes annuelles.

## ***Quels sont tes principaux challenges aujourd'hui ?***

Nos principaux challenges regroupent ce dont nous avons parlé. Recruter et fidéliser nos adhérents est difficile, surtout avec un programme de fidélité payant sur deux ans. Il est crucial de repenser notre stratégie CRM pour être performant et différenciant.

# L'utilisation du wallet chez Nature & Découvertes

*“Notre objectif est d'utiliser le wallet pour inciter au second achat, réactiver la base client, et gérer la réadhésion des clients dont les cartes ont expirées”*

## **Peux-tu nous parler de l'utilisation du wallet chez Nature & Découvertes ?**

Le wallet a été mis en place en 2020-2021, avant mon arrivée. Je l'ai enrichi pour exploiter pleinement ses capacités, ajoutant des données comme la date d'expiration de la carte et les bons de fidélité. Le wallet est un canal de communication à part entière pour nous.

## **Quel est ton principal objectif avec le wallet aujourd'hui ?**

Notre objectif est d'utiliser le wallet pour inciter au second achat, réactiver la base client, et gérer la réadhésion des clients dont les cartes ont expirées. Le wallet permet d'envoyer des rappels et messages tout au long du mois, de manière plus rentable que le SMS.



## **Quels résultats avez-vous obtenus avec le wallet ?**

Le wallet est un canal rentable pour nous. Nous avons déjà «walletisé» plus de 10% de nos membres du club. Nous sommes très contents et espérons en walletiser encore plus avant la fin de l'année.

## **Comment qualifierais-tu l'accompagnement ?**

Disponibilité et efficacité. Il y a une relation de confiance entre les équipes de Captain Wallet et nous. Nous trouvons toujours des solutions ensemble, et je suis très contente de travailler avec vous.

## **Est-ce que le wallet a eu un impact sur ton rôle ?**

Oui, absolument. Maintenant que nous l'utilisons au quotidien, nous savons ce que peut apporter le wallet d'un point de vue stratégique. Par exemple, pour une opération de dernière minute, nous savons très bien que nous pouvons lancer une campagne wallet rapidement sans perdre en efficacité, contrairement à d'autres canaux.



# Conseils et bonnes pratiques

## **Quels conseils donnerais-tu à un bon responsable CRM ?**

Penser «client first», ne pas avoir peur de mettre les mains dans les outils, et avancer en mode test & learn. Il faut tester, analyser, et ne pas avoir peur de l'échec. Construire, déconstruire, et reconstruire est essentiel.

## **As-tu déjà reçu un conseil qui t'a aidé et que tu aimerais partager ?**

Plutôt que des conseils, j'ai toujours bénéficié de bienveillance et de l'envie de transmettre de la part de mes managers. Il est important d'échanger avec d'autres professionnels pour se remettre en question et découvrir de nouvelles idées.



# Le mot de la fin

## ***Une citation que tu aimerais partager ?***

**«Qui n'essaie pas, ne sait pas.» Ruppert Barnes.**

Cela me correspond bien je trouve, je suis très attachée à la méthode test & learn.

## ***En une phrase, pourquoi recommanderais-tu le wallet ?***

**Le wallet est un outil simple d'utilisation, efficace, et qui permet de créer une relation privilégiée avec nos clients.**



# Captain Wallet by Brevo



**Captain Wallet**  
by Brevo

**Email**  
hello@captainwallet.com

**Téléphone**  
+ 33 1 75 43 60 71

**Adresse**  
7 rue de Madrid  
75009 Paris, France

**DEMANDEZ UNE DÉMO**

*Plus de 250 clients nous font confiance*

MAISON KITSUNÉ  
PARIS

MAISONS  
DU MONDE

alinea celio\*

COURIR®

McDonald's

april

Intermarché

JULES

LACOSTE

CENTRAKOR

PETIT BATEAU

TRUFFAUT

TotalEnergies

DECATHLON

CORSAIR

GĒMO

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