

BIENVENUE !

Le webinar va débuter dans quelques minutes.

Comment le wallet permet à L'Occitane (UK et IRL) de booster de +25% le panier moyen de ses clients opt-in wallet ?

En attendant, abonnez-vous à nos comptes de réseaux sociaux :



[linkedin.com/company/captainwallet](https://www.linkedin.com/company/captainwallet)



[facebook.com/captainwallet/](https://www.facebook.com/captainwallet/)



twitter.com/captain_wallet



Les intervenants



Noa Mokhnachi

Head of CRM UK et Irlande

L'OCCITANE
EN PROVENCE



Axel Detours

Co-fondateur


Captain Wallet



Louis Pontvianne

Customer Success
Manager


Captain Wallet

A propos de L'Occitane

Le Groupe L'OCCITANE est un détaillant de produits de bien-être cosmétique à base d'ingrédients naturels et biologiques.

8 marques

Présence mondiale dans 90 pays

3 068 points de vente, dont 1 490 boutiques directement gérées par le Groupe

Plus de 9 000 salarié.e.s

13% de croissance en données comparables



A propos de L'Occitane

Une marque française qui s'inspire de la nature provençale



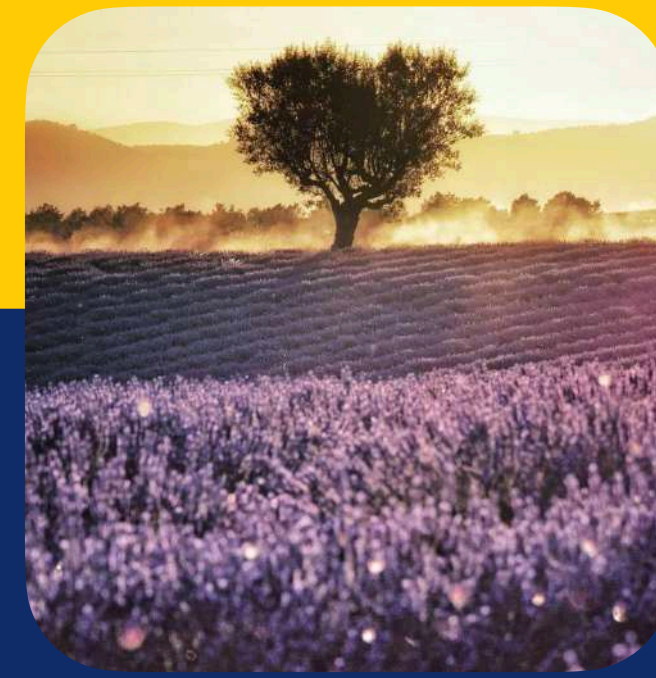
Fondée en 1976



Travaille en direct avec **130 agriculteurs français et 10.000 cueilleurs**, des champs d'Immortelles de Corse aux champs de Lavande de Provence



La traçabilité des ingrédients, la durabilité, l'éthique et la qualité sont les piliers des valeurs de L'Occitane



S'appuie sur des valeurs simples et des engagements forts :

Le soutien auprès des producteurs

Le respect de la biodiversité

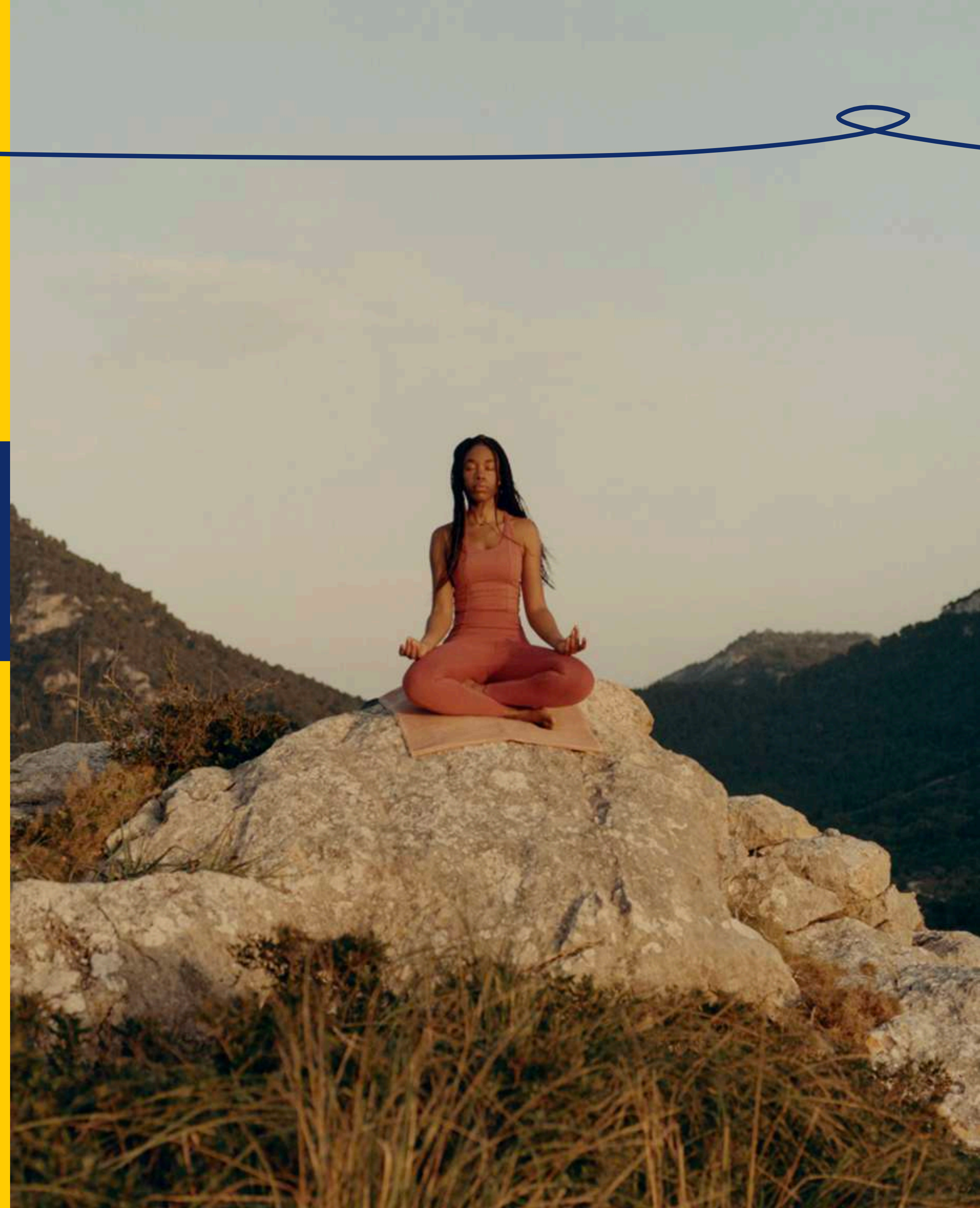
La réduction des déchets

La promotion de l'entrepreneuriat féminin, notamment au Burkina Faso

Les dessous de la collaboration

**Comment et pourquoi
on s'est rencontré ?**

**Pourquoi le wallet
mobile ?**



Les objectifs de L'Occitane

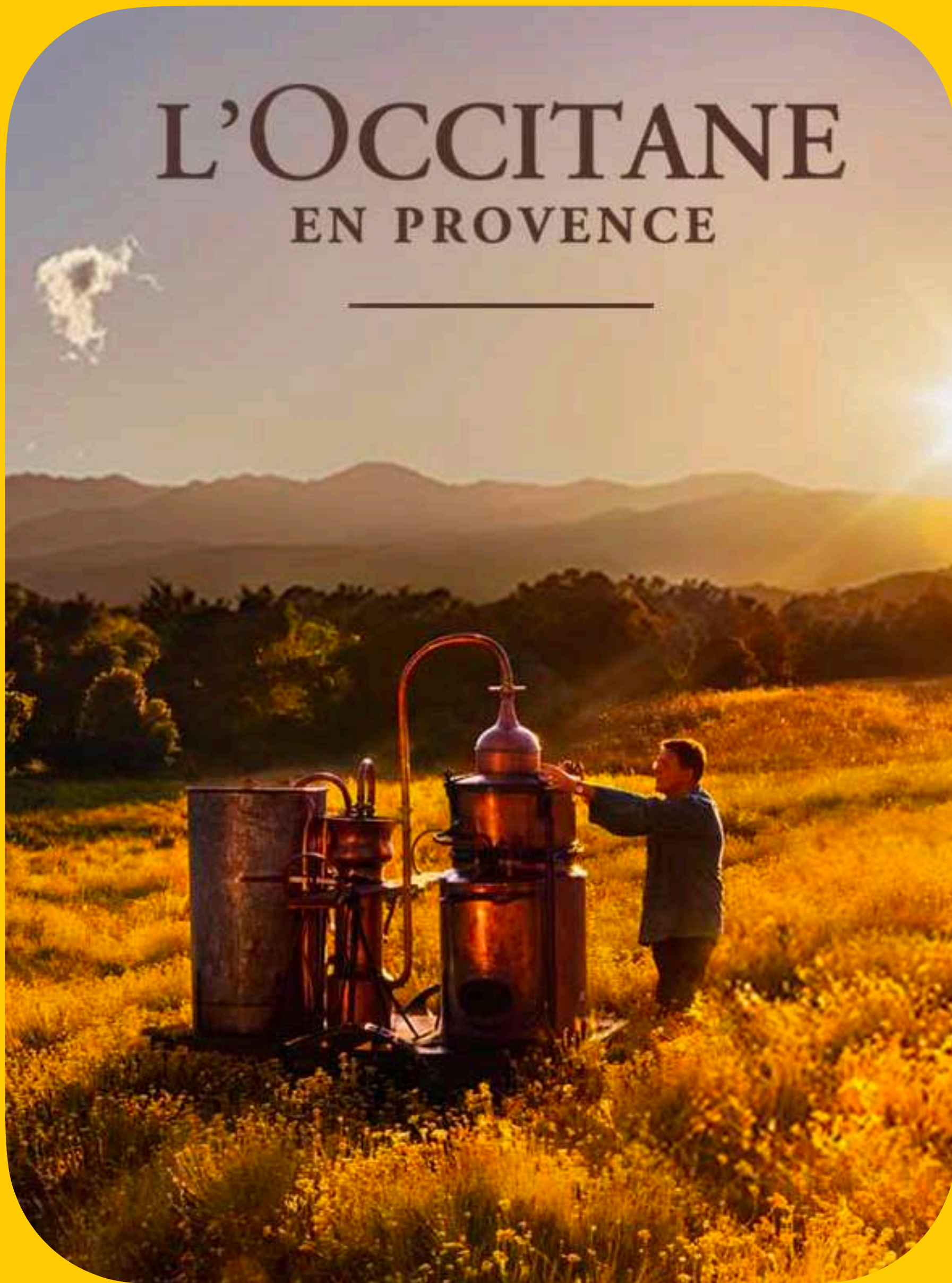
**Booster la rétention client en
poussant les clients à effectuer
un 2ème achat**



**Travailler la réactivation client
grâce à des offres
promotionnelles ciblées**

**Délivrer une expérience
omnicanale fluide**

L'OCCITANE
EN PROVENCE



LES RÉSULTATS DU MOBILE WALLET CHEZ L'OCCITANE



Une base client qui se « wallétise » rapidement

En Irlande

10%



De la base « wallétisée »
en 5 mois

Au Royaume-Uni

17.6%



De la base « wallétisée »
en 1 an

Le panier d'achat moyen chez les clients opt-in wallet



+25%

Le panier d'achat moyen est 25% plus élevé chez les clients opt-in wallet vs les non opt-in wallet

La fréquence d'achat chez les clients opt-in wallet

La fréquence d'achat est 2x plus importante pour les clients opt-in wallet vs non opt-in wallet

2x



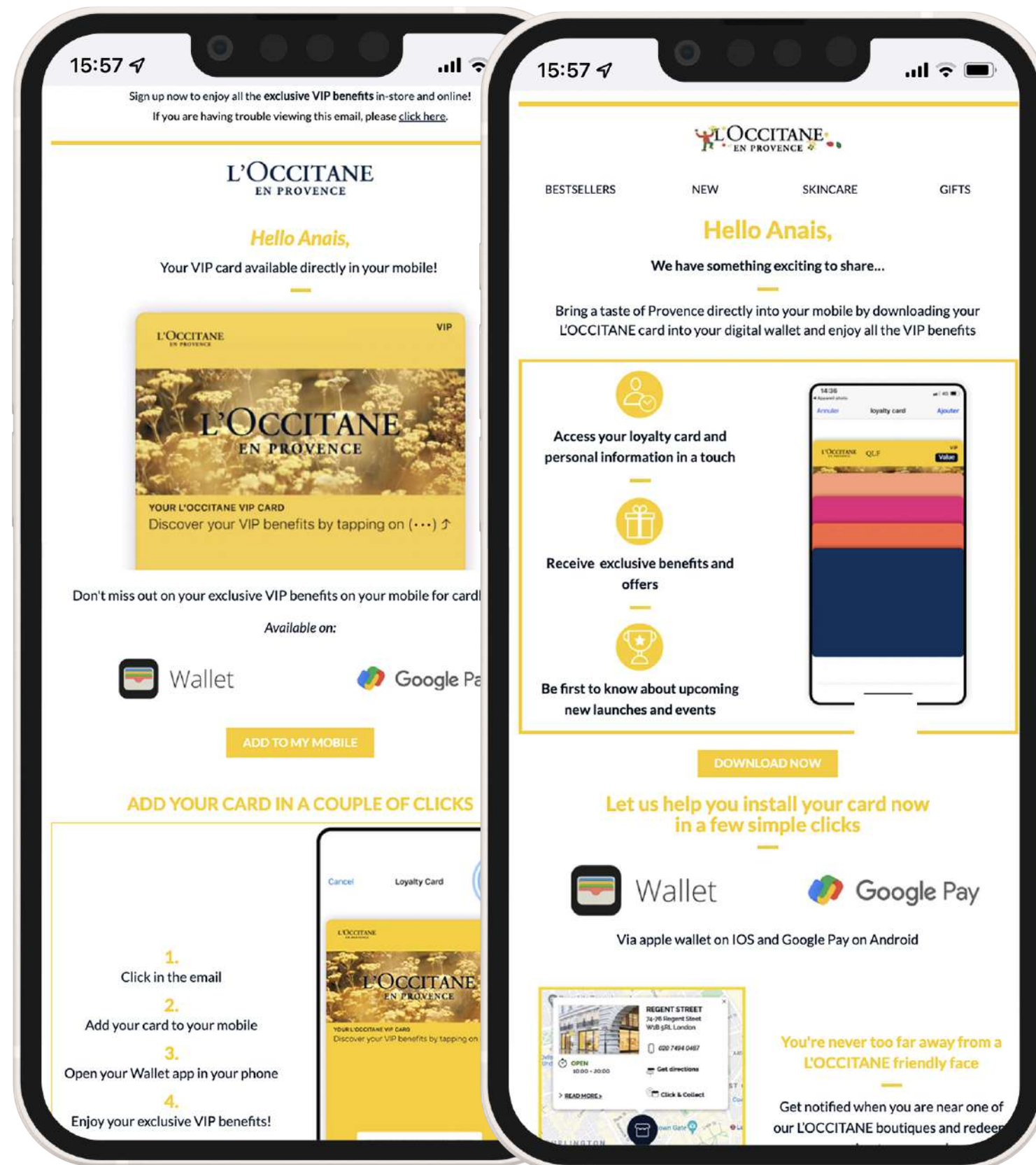
COMMENT L'OCCITANE UTILISE LE WALLET MOBILE



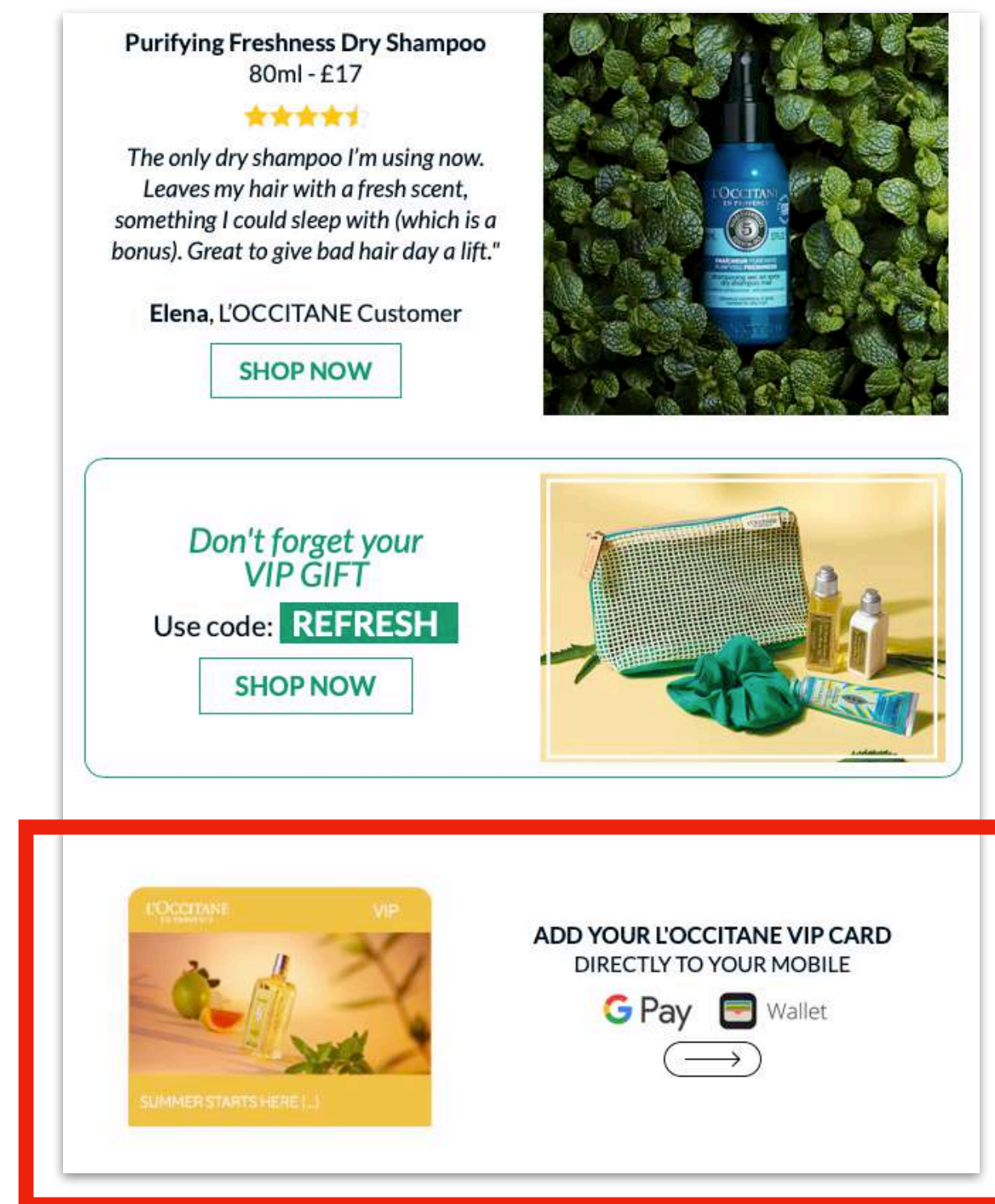
Le wallet mobile en 3 étapes



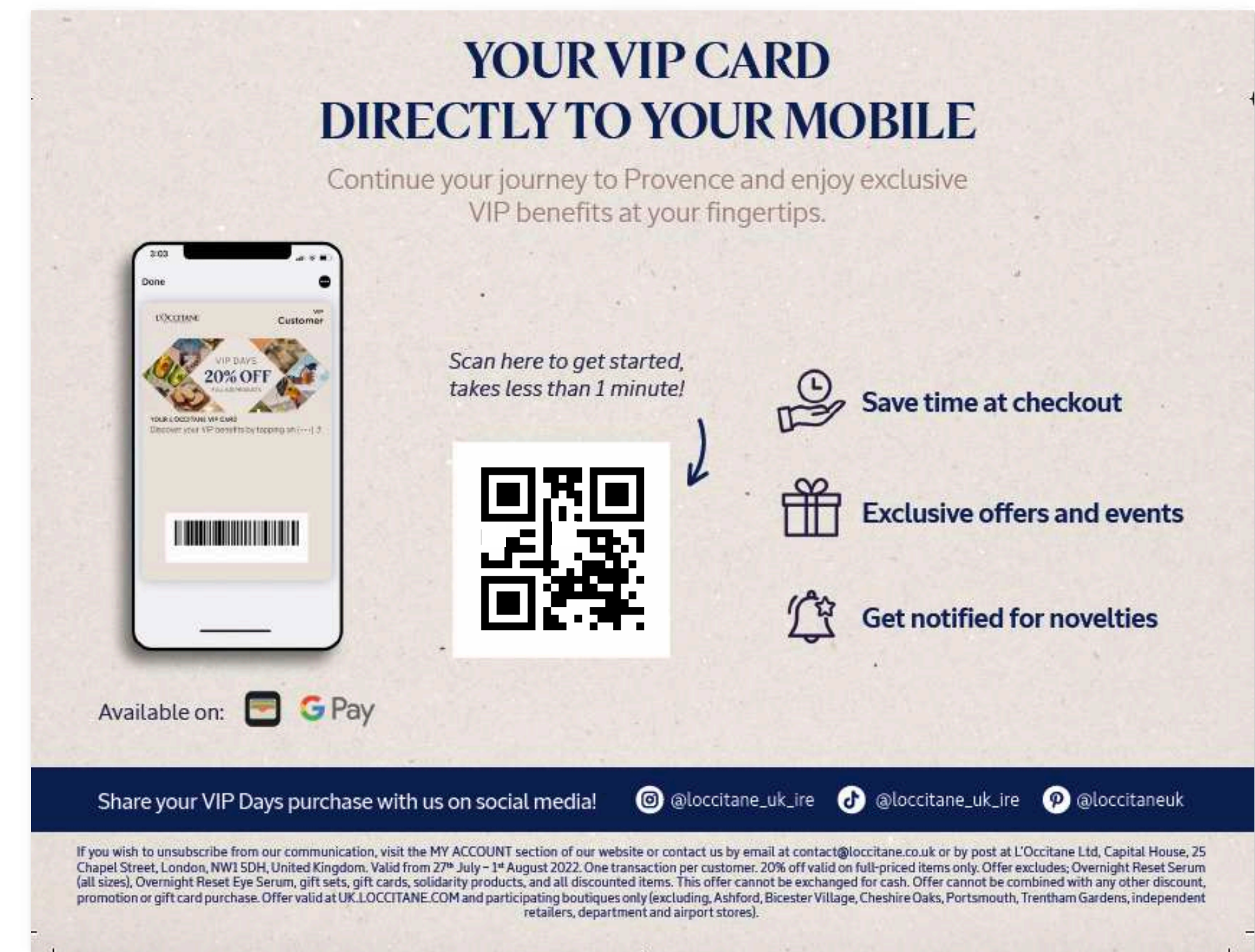
1. « Wallétiser » ses clients via des supports de communication _____



Emails dédiés

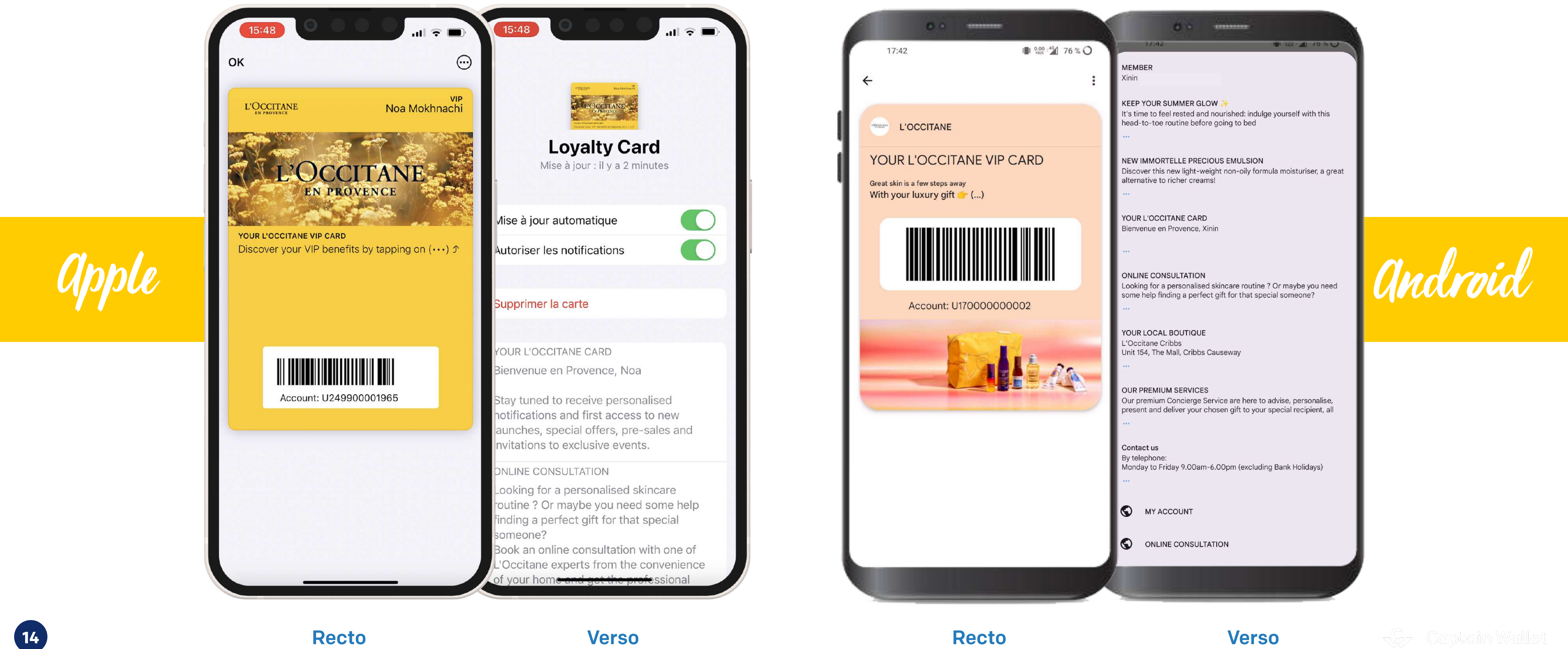


Emails automatiques

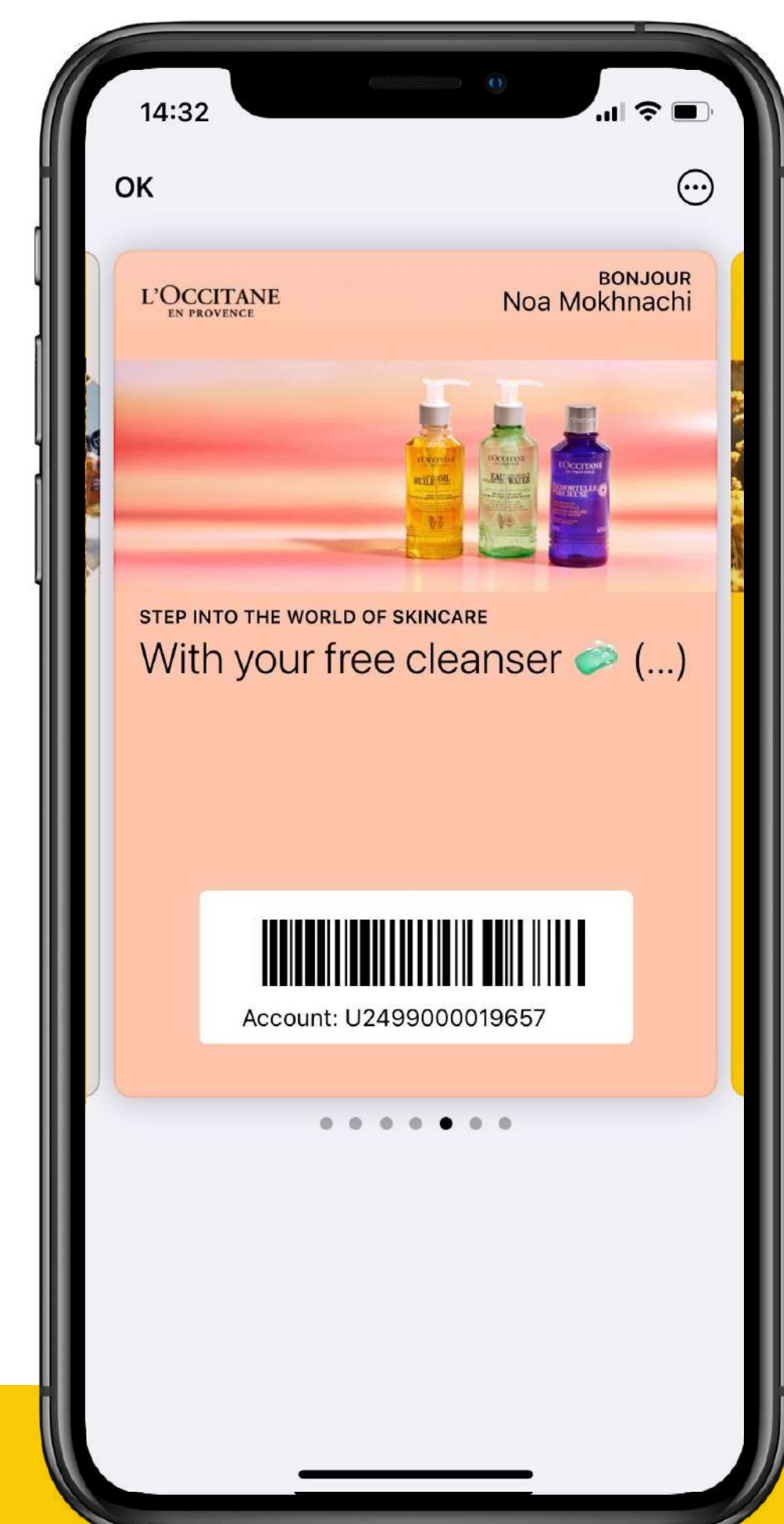
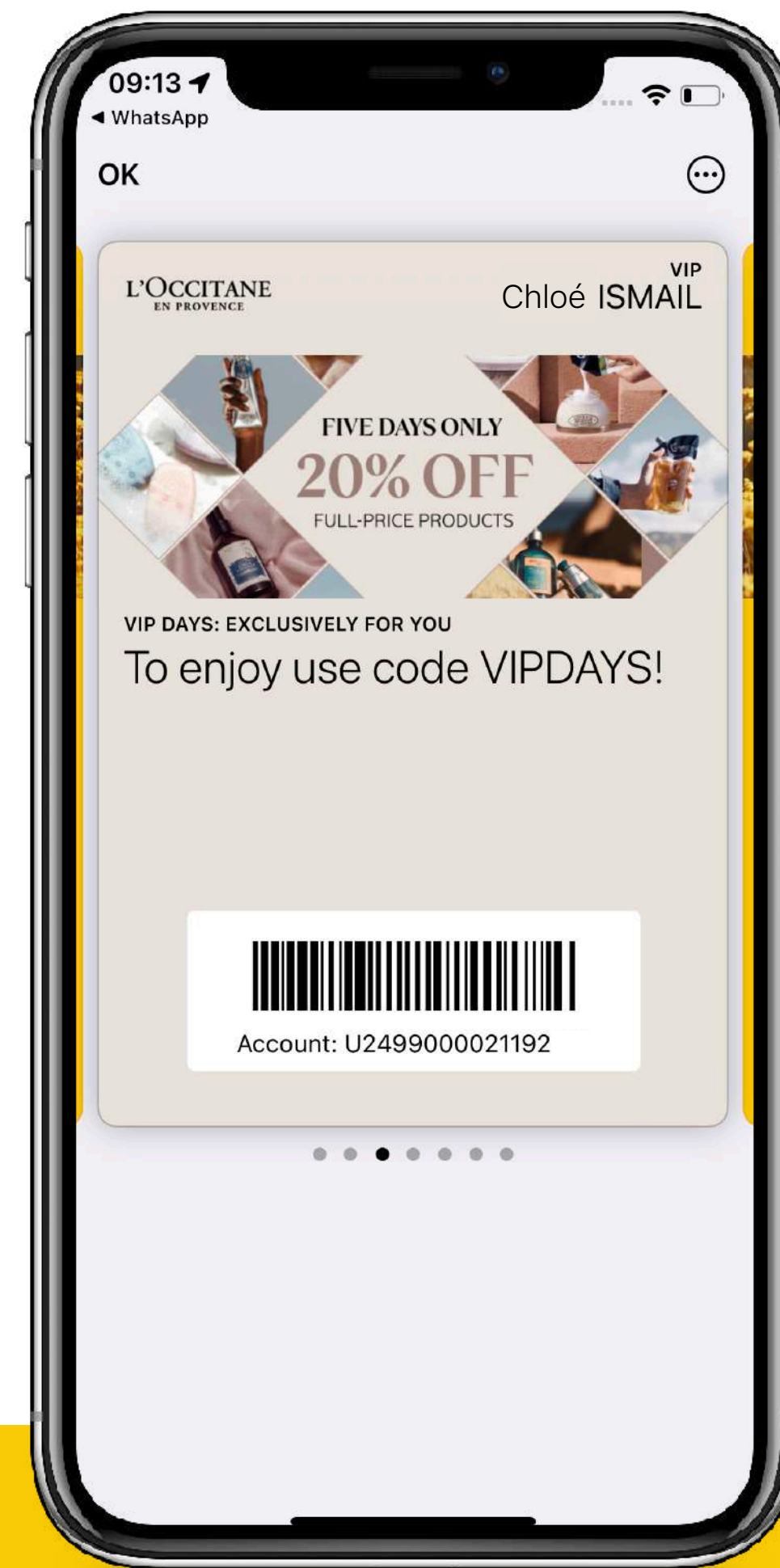
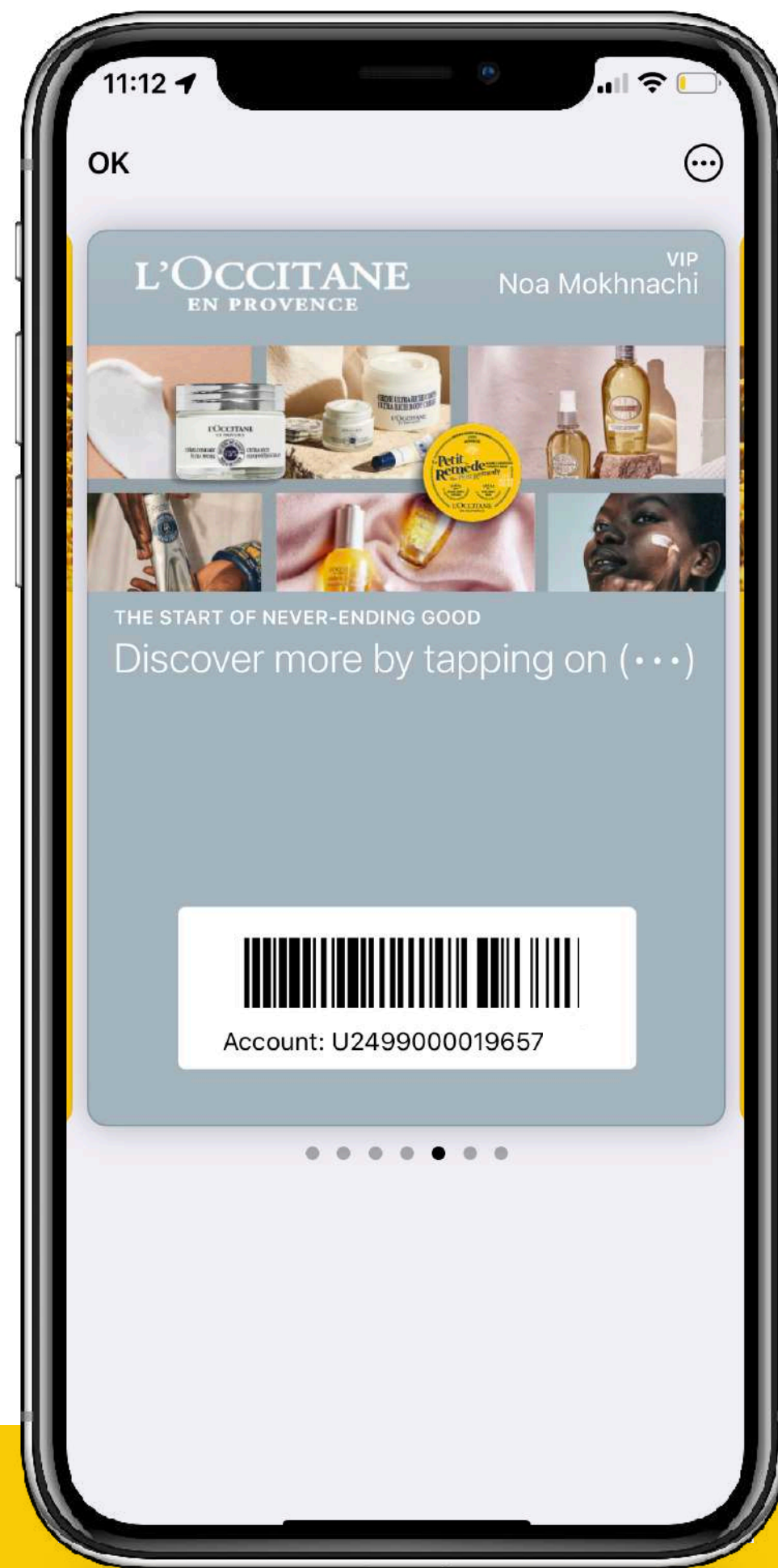


Courriers papier avec QR code personnalisé

2. La carte VIP L'Occitane est téléchargée dans le mobile du client

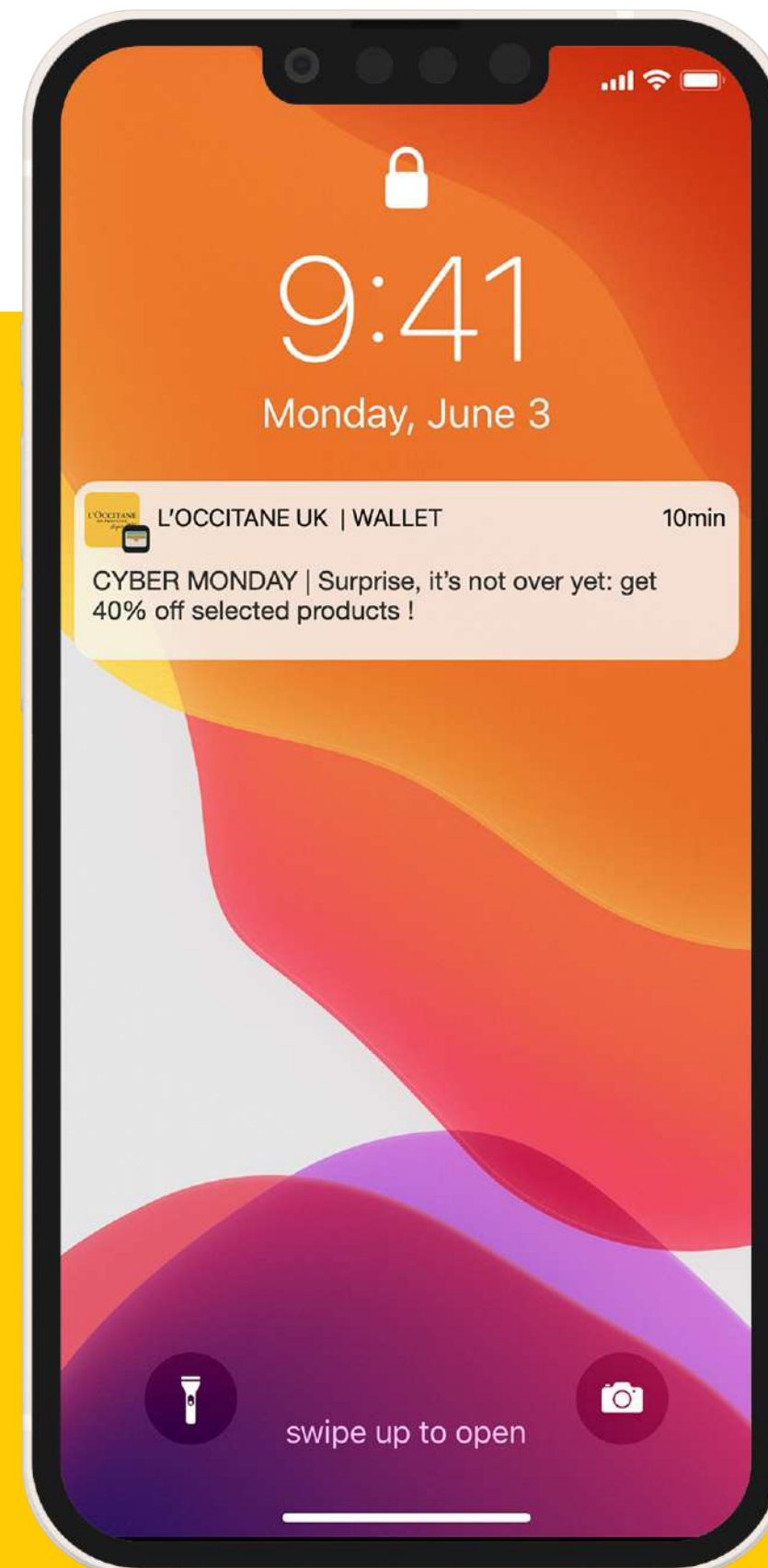
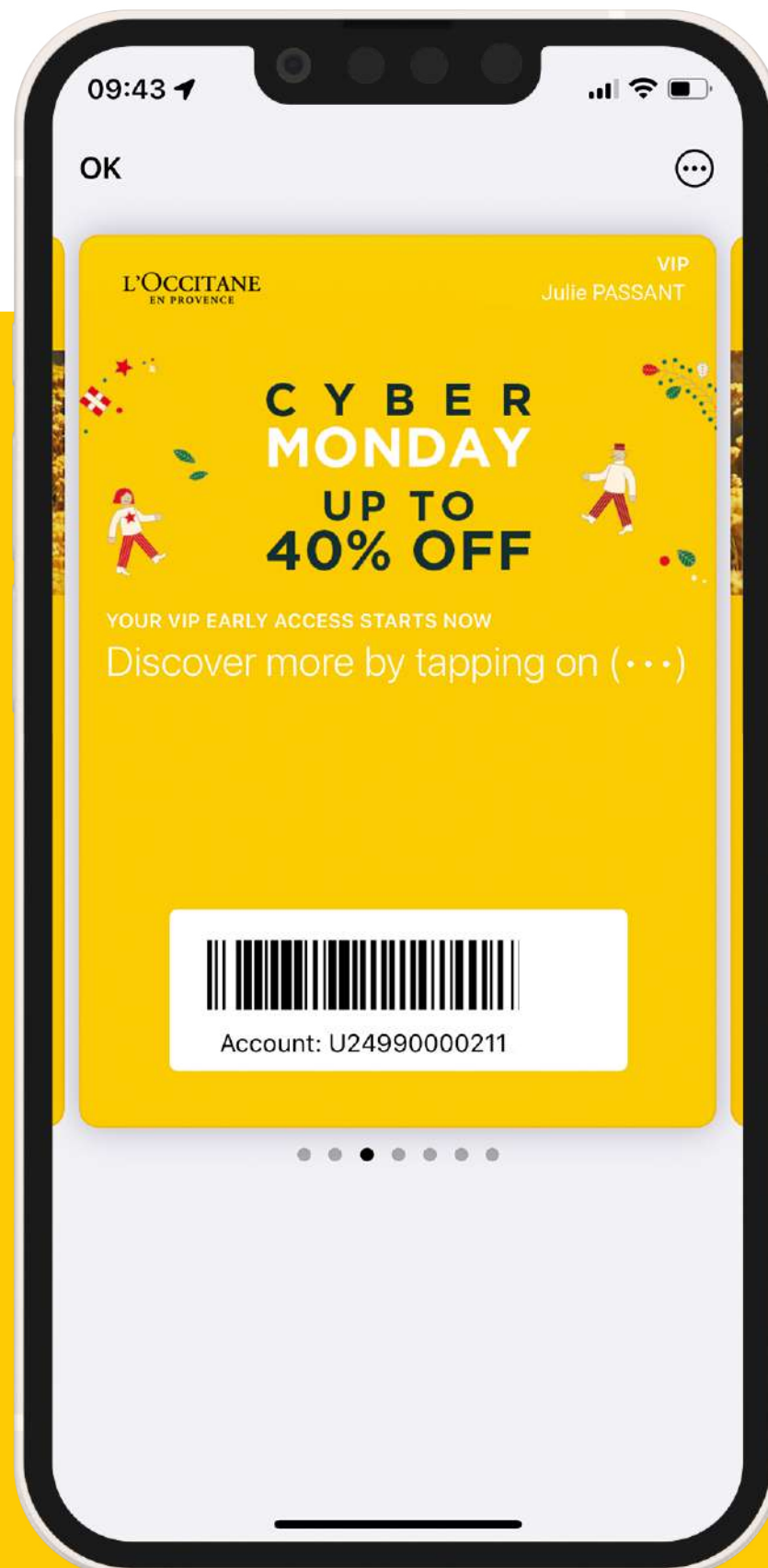


3. Faire vivre la carte VIP à travers des offres et les relayer via des notifications push

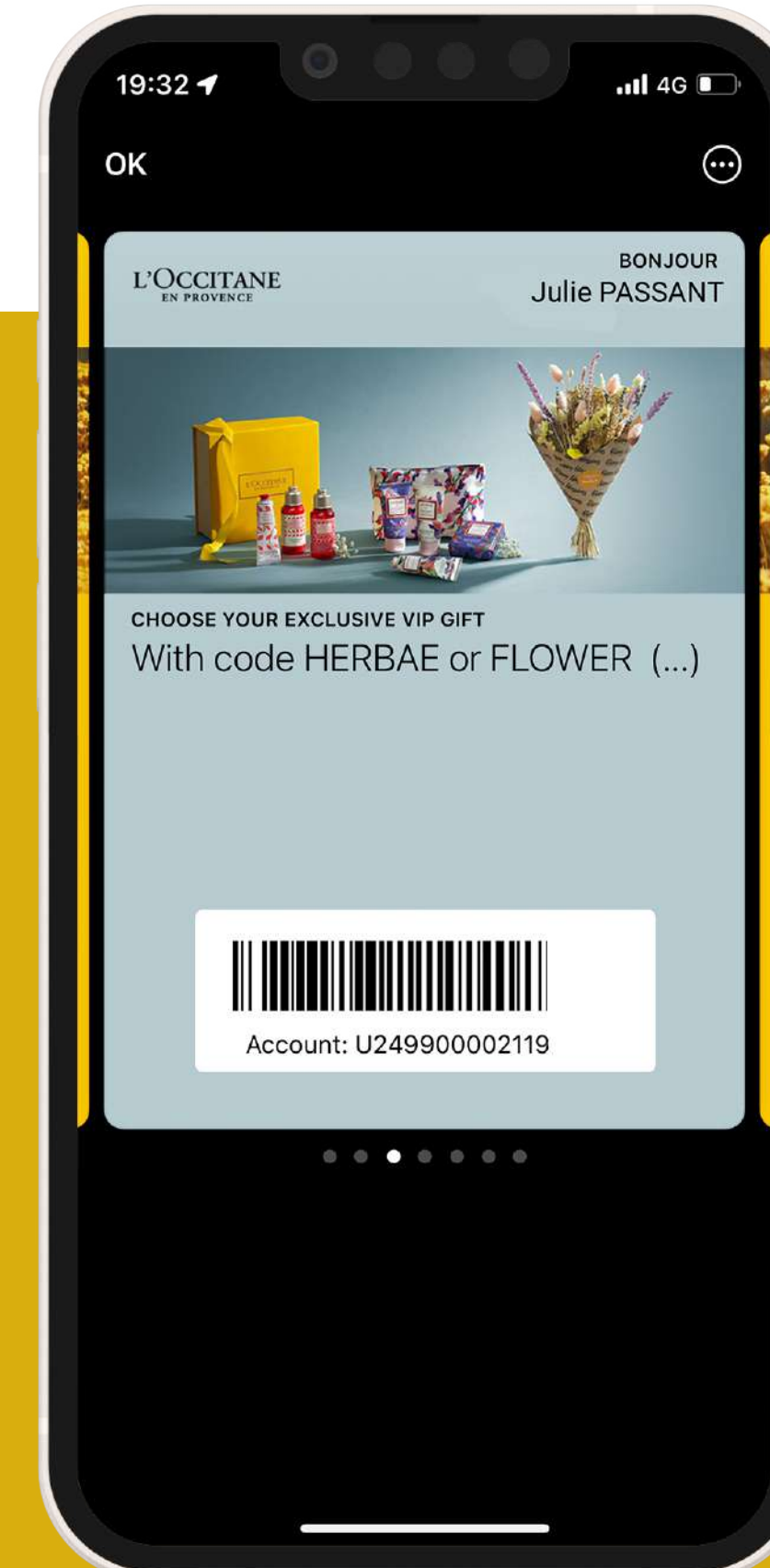


La carte change complètement de design lors de chaque campagne

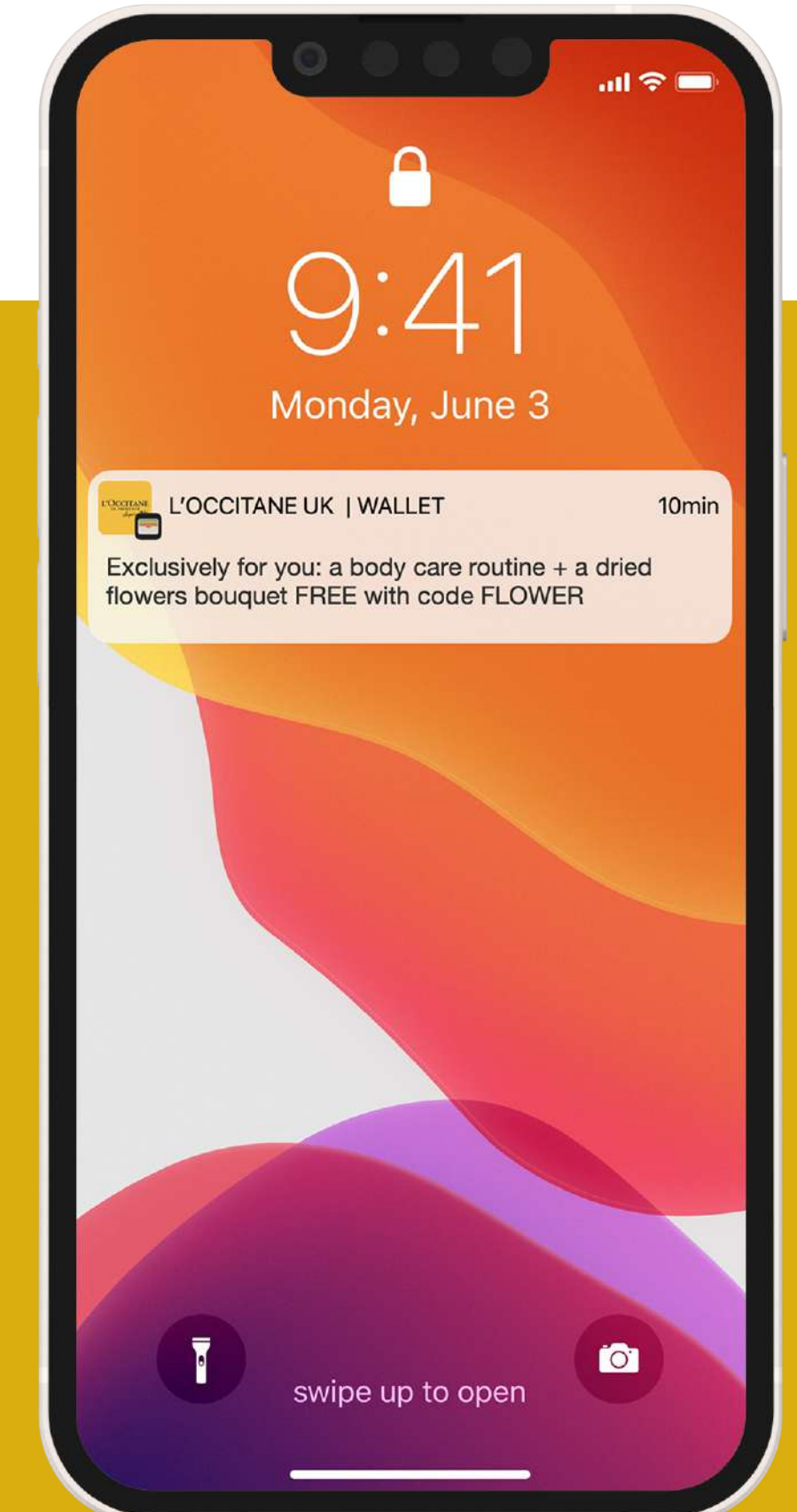
3. Faire vivre la carte VIP à travers des offres et les relayer via des notifications push



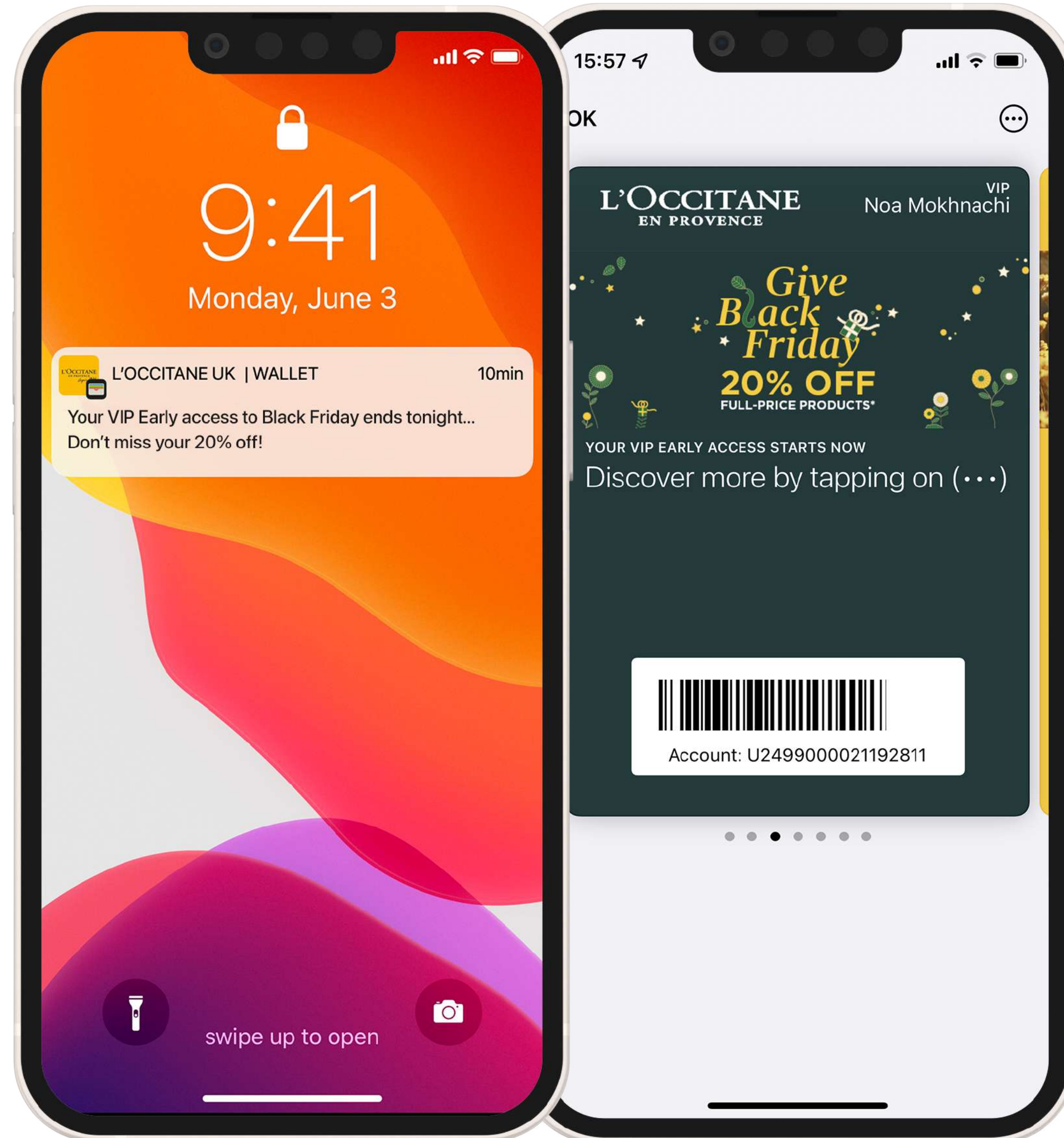
Cyber Monday



Offre exclusive



3. Faire vivre la carte VIP à travers des offres et les relayer via des notifications push



25%

des clients ayant reçu
la notification push ont
par la suite réalisé un achat



LE WALLET, AU COEUR DE LA STRATÉGIE OMNISCANALE DE L'OCCITANE



Envoyer des notifications push pour booster l'omnicanalité

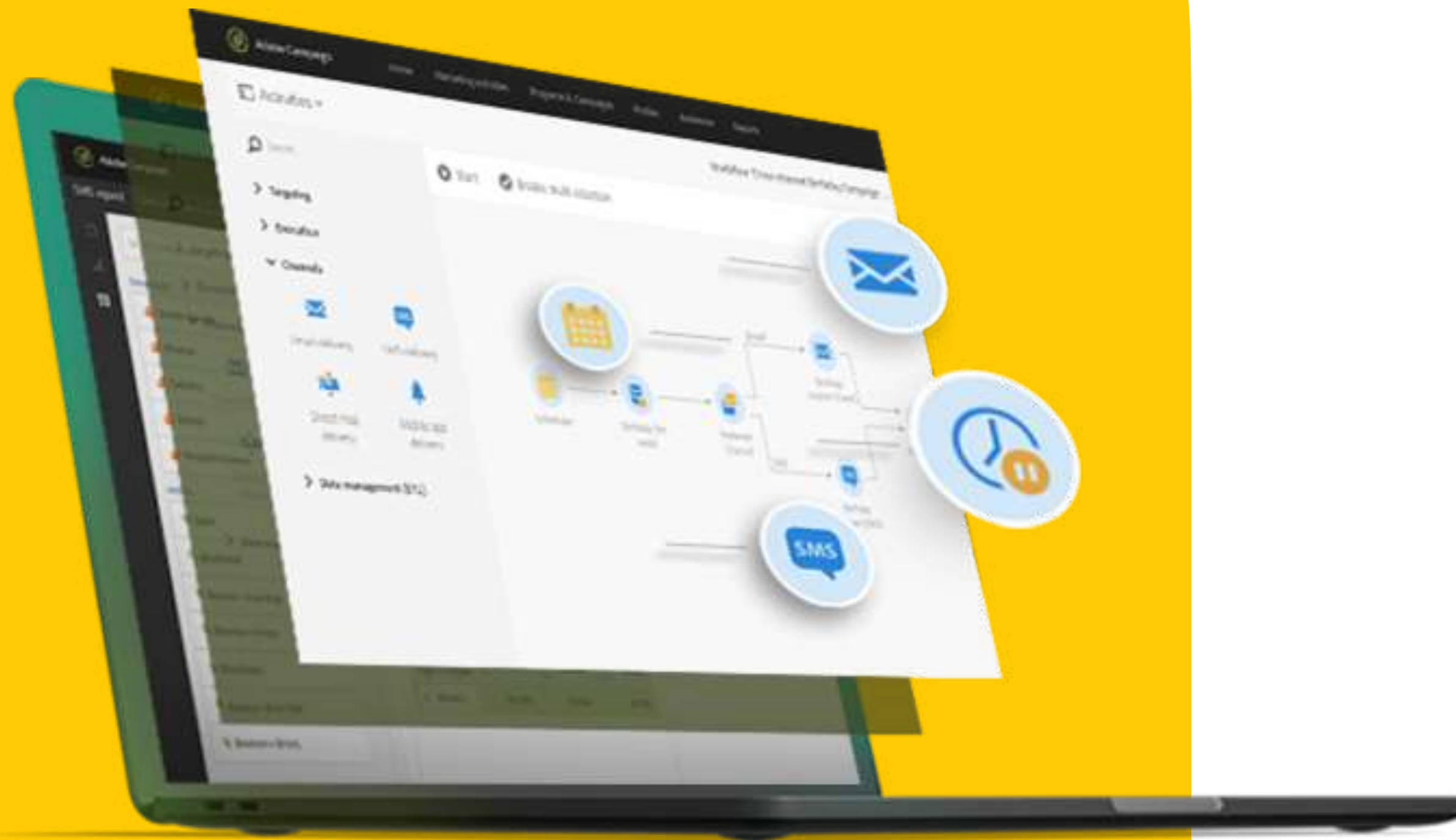


Notification drive-to-store



Notification drive-to-web

Connecteur Adobe : pour une vision à 360°



- * Grâce au connecteur Adobe, **le wallet mobile est connecté à l'outil CRM** et permet de mesurer l'efficacité de chacune des campagnes wallet.
- * Permet d'avoir une **vision globale et omnicanale des communications** envoyées aux clients.

43% des clients opt-in wallet sont omnicanaux

Résultats : de très belles performances



Grâce à un recrutement efficace et de bonnes animations de campagnes, L'Occitane a :



Boosté le second achat auprès de ses clients wallétisés suite à des campagnes wallet

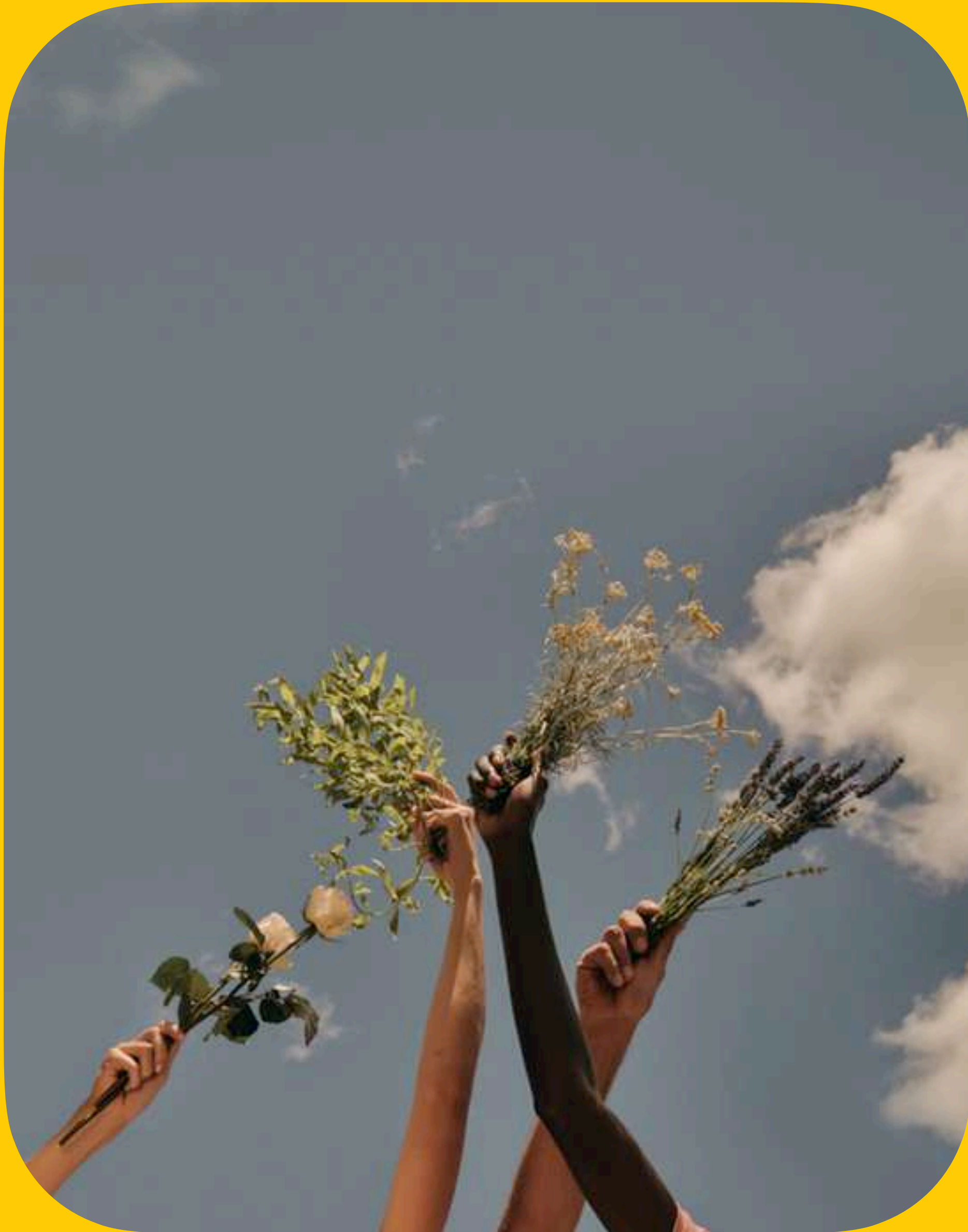


Augmenté la récurrence d'achat de ses clients wallétisés **par 2**



Ciblé de manière efficace sa base de données clients lors de ses campagnes d'offres promotionnelles sur le wallet

LES PROCHAINES ÉTAPES



Les prochaines étapes

**Proposer un parcours automatisé
et enrichir les données personnelles
sur la carte wallet**

**Cibler les clients
non opt-in emails**

**Acquisition : proposer la
dématérialisation de
la carte Wallet en magasin
et sur le site**





SCANNEZ

ce QR code et

VIVEZ L'EXPÉRIENCE
du wallet mobile

PRENEZ RENDEZ-VOUS POUR

UNE DÉMO PERSONNALISÉE

