

BIENVENUE !

Le webinar va débuter dans quelques minutes.

Comment botanic[®] utilise l'ultra personnalisation pour fidéliser ses clients avec le wallet mobile ?

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



Elodie Perillat

Responsable relation client



Margot Audin

Chargée de projet - relation client



Axel Detours

Co-fondateur



Victoire Utku

Customer Success Manager



A propos de botanic®



botanic®, les jardinerie expertes du végétal



Fondé en 1995 par 3 familles d'horticulteurs



Plus de 70 magasins



Société à mission depuis 2021

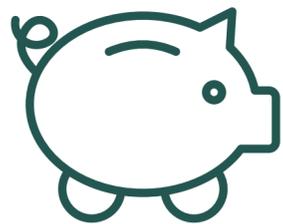


Ses valeurs

- *Le bien-être*
- *La proximité*
- *L'audace*
- *L'implication*
- *L'authenticité*



Le programme de fidélité de botanic[®]



Un programme
de fidélité payant



Des points à cumuler,
transformés en
bons d'achat



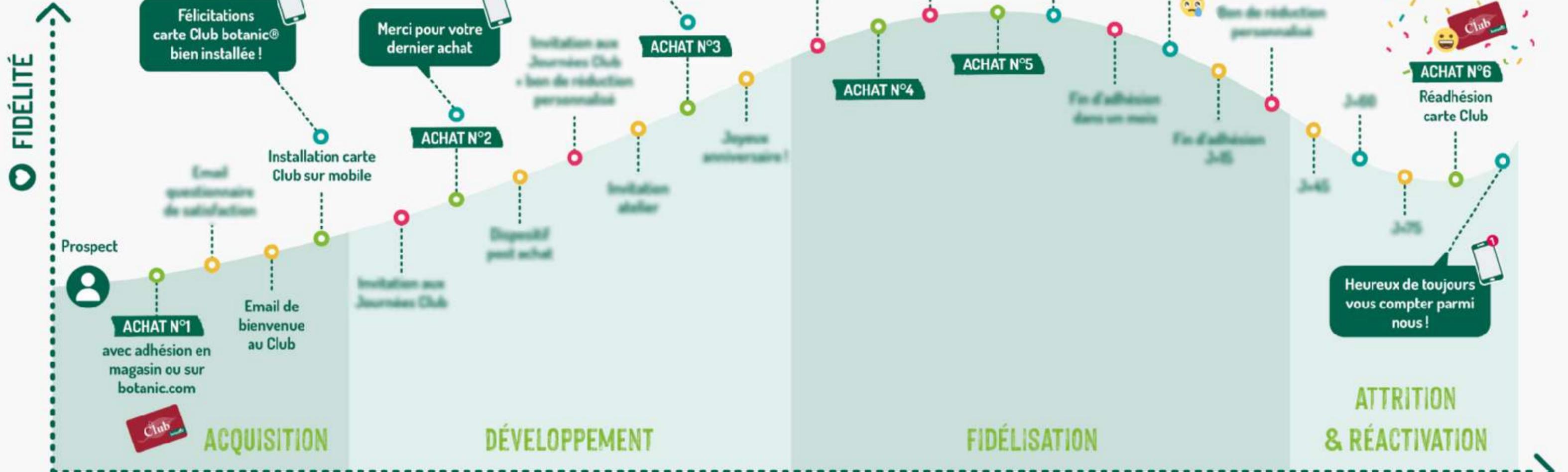
Des offres privilégiées
toute l'année



Des communications
liées au Club adaptées
aux habitudes de
chaque client

LE CYCLE DE VIE DES CLIENTS CLUB

- 📍 **Communication 360°**
(courrier, SMS, email, notif...)
- 📍 **Notification**
- 📍 **Email**
- 📍 **Action**



📍 Ce cycle de vie est complété par : l'ensemble des interactions avec les collaborateurs, le compte client sur botanic.com, les réseaux sociaux, la personnalisation de toutes les newsletters ainsi que toutes les prises de parole de la marque.

📅 **TEMPS**



Les dessous de la collaboration

Pourquoi le wallet mobile ?



Comment et pourquoi on s'est
rencontré ?



Les objectifs de botanic®



Proposer un canal digital innovant pour fidéliser ses clients sur le long terme

Travailler la réactivation client grâce à des offres promotionnelles ciblées

Proposer une expérience client ultra-personnalisée



botanic®

**Comment botanic®
utilise le wallet mobile**

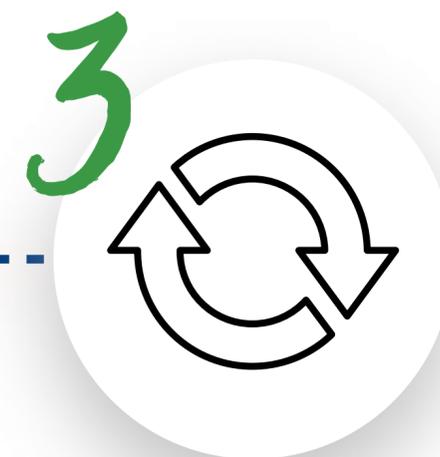
Le wallet mobile en 3 étapes



Le client récupère sa carte wallet
depuis divers supports de
communication



La carte wallet est
téléchargée dans le mobile
du client



Animation de la carte,
mise à jour et envois de
notifications
personnalisées aux clients





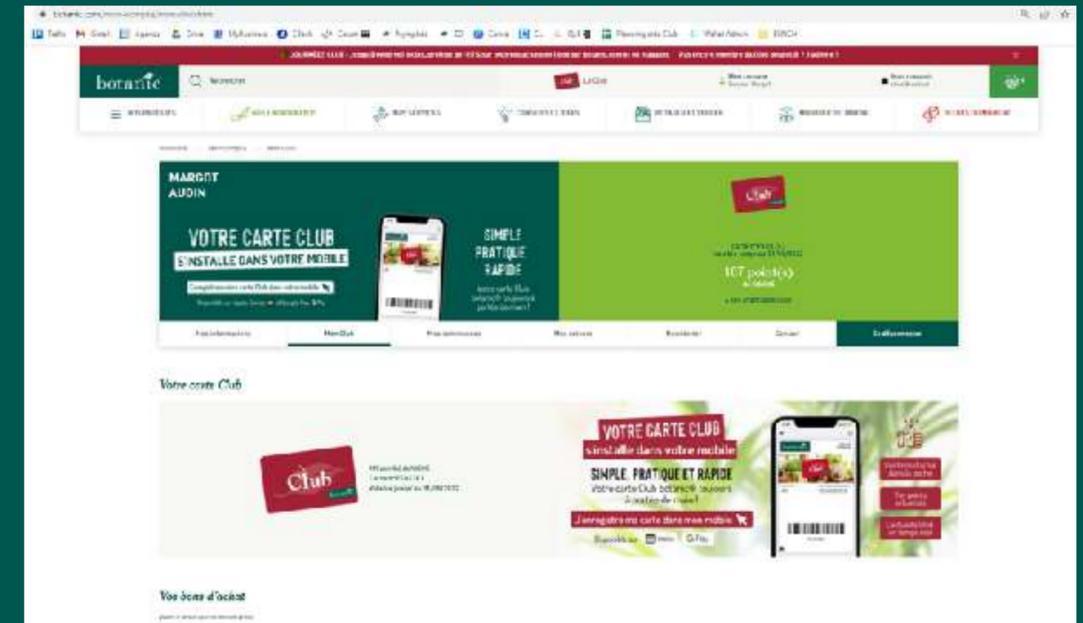
« Wallétiser » ses clients via des supports de communication



Page de confirmation de commande sur le site web



Emails dédiés au wallet



Espace client sur le site web



« Wallétiser » ses clients via des supports de communication

NOUVEAU

VOTRE CARTE CLUB S'INSTALLE DANS VOTRE MOBILE

Simple, pratique et rapide, enregistrez-la en 3 clics !

Disponible sur Apple Cartes et Google Pay

- 1 Scannez ce QR code personnalisé
- 2 Enregistrez votre carte Club & accédez à vos bons d'achat

*Offre valable dans tout le magasin et sur botanic.com sur présentation de ce bon d'achat et de votre carte Club en cours de validité. Offre non cessible et valable sur un seul passage hors sélection de produits "Jardin, prix botanic". Hors carte cadeau, hors achat résident Club Jardin. Bon d'achat non remboursable. Conformément à la loi informatique et libertés n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée et au règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD) 2016/679 du 27 avril 2016, vous disposez des droits suivants : droit d'accès, de rectification et d'effacement, des données personnelles vous concernant, droit de limitation et droit d'opposition au traitement de vos données - droit de retrait du consentement - droit à la portabilité des données personnelles. Ces droits peuvent être exercés sur simple demande écrite à l'adresse suivante : Service Client botanic® SDS - 300 rue Louis Ruelin - CS 44136 Archemps - 74162 Seynod-Genève 6, France - botanic® SAS au capital de 1.649.720 € - Siret 3101 473 173 0708 R05 Thoiry-les-Bains, Tél. 09 70 83 54 74 (prix d'un appel local depuis un téléphone fixe), ainsi que par courriel à l'adresse suivante : contact@botanic.com Les clients sont en droit d'introduire une réclamation auprès d'une autorité de contrôle. Pour plus d'informations, consultez le site internet de la CNIL : https://www.cnil.fr/

Courrier envoyé aux clients actifs lorsqu'ils débloquent un bon ou lors d'opérations commerciales



Invitation « Journées Club »

La carte de fidélité « Club botanic® » est téléchargée dans le mobile du client



APPLE WALLET

Bannière personnalisable

Variables du compte (nombre de points, de bons de réduction ...)

Prénom du client

Date de validité de la carte

Récapitulatif des données liées au compte client

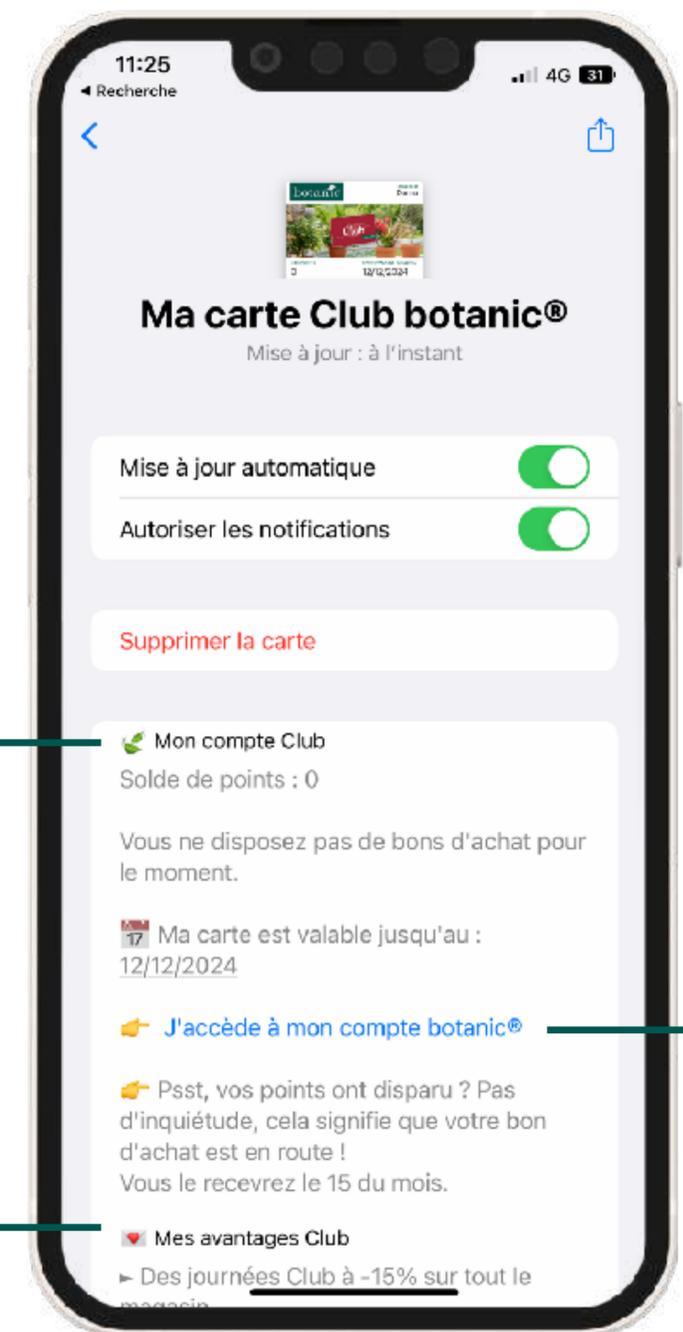
Code barre

Compte accessible via un lien

Informations supplémentaires



Recto



Verso

La carte de fidélité « Club botanic® » est téléchargée dans le mobile du client



GOOGLE WALLET

Variables du compte
(nombre de points, de
bons de réduction ...)

Code barre

Bannière
personnalisable



Recto

Date de validité
de la carte

Informations
supplémentaires



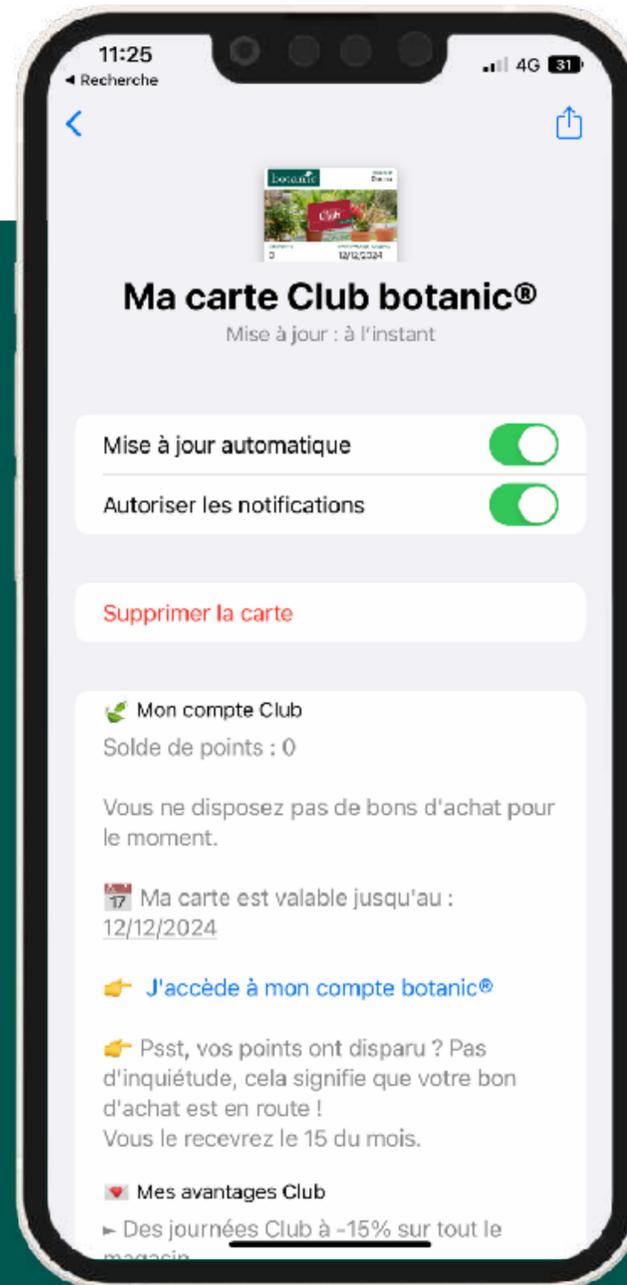
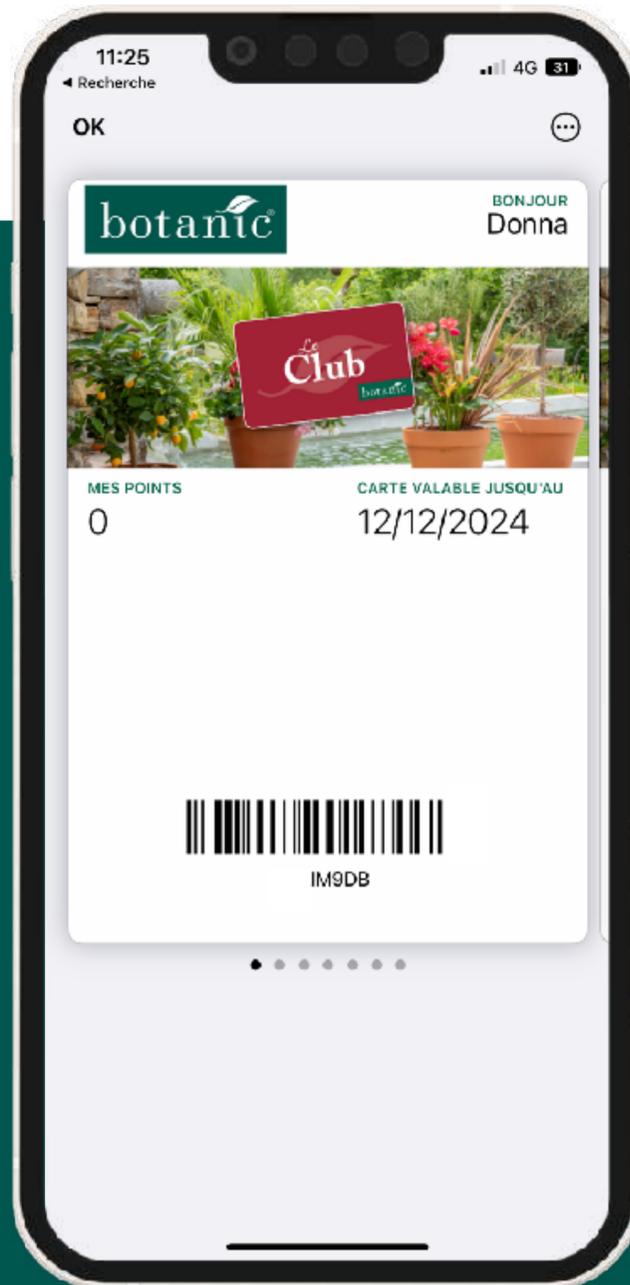
Verso

Récapitulatif des
données liées au
compte client



La carte de fidélité « Club botanic® » s'adapte à la typologie du client

Pour une ultra personnalisation des campagnes



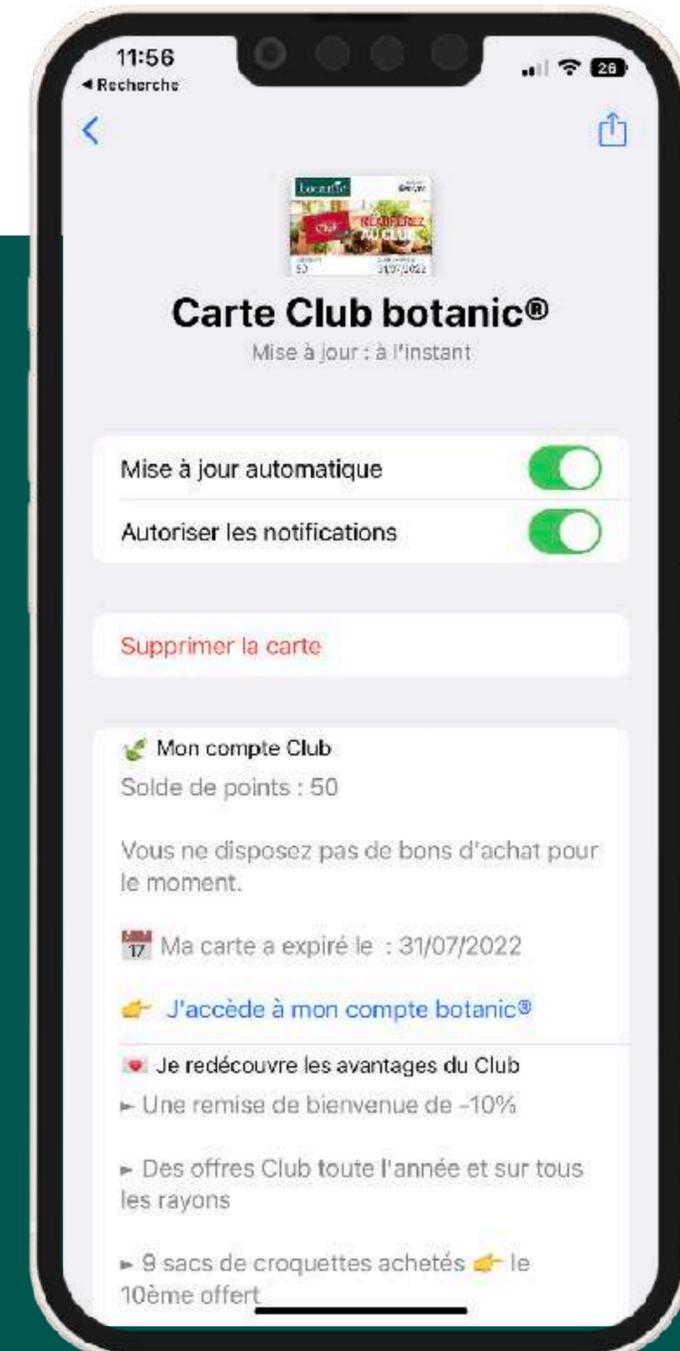
Carte de fidélité active



La carte de fidélité « Club botanic® » s'adapte à la typologie du client

Pour une ultra personnalisation des campagnes

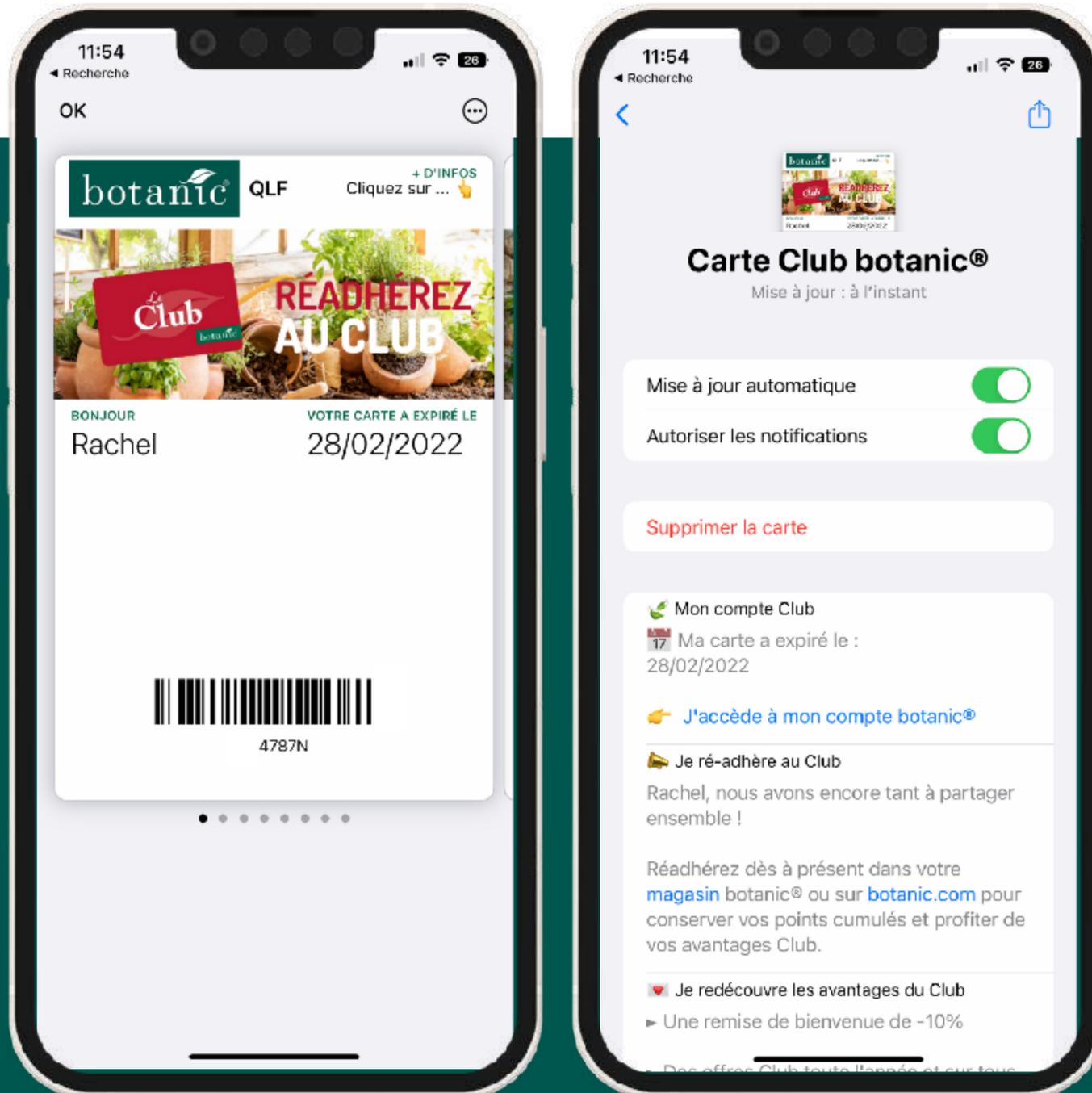
Carte wallet pour les clients « Churner »





La carte de fidélité « Club botanic® » s'adapte à la typologie du client

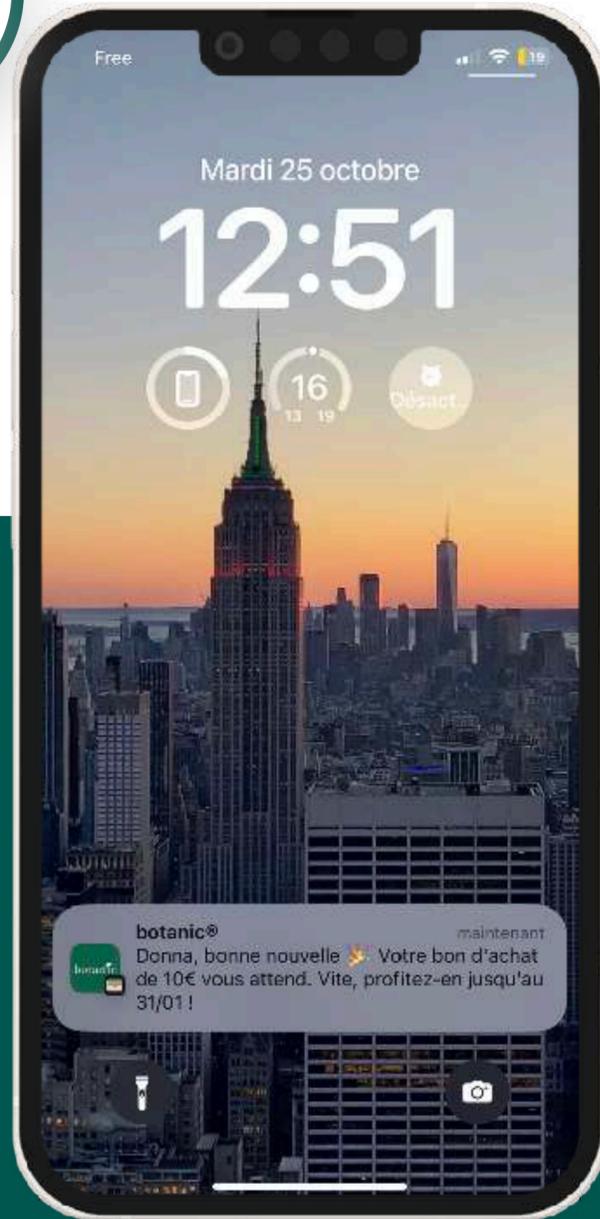
Pour une ultra personnalisation des campagnes



*Carte de fidélité
expirée*



Les clients accèdent à leurs bons directement depuis leur carte wallet



Une notification est envoyée

A partir de 50 points, le client récupère un bon

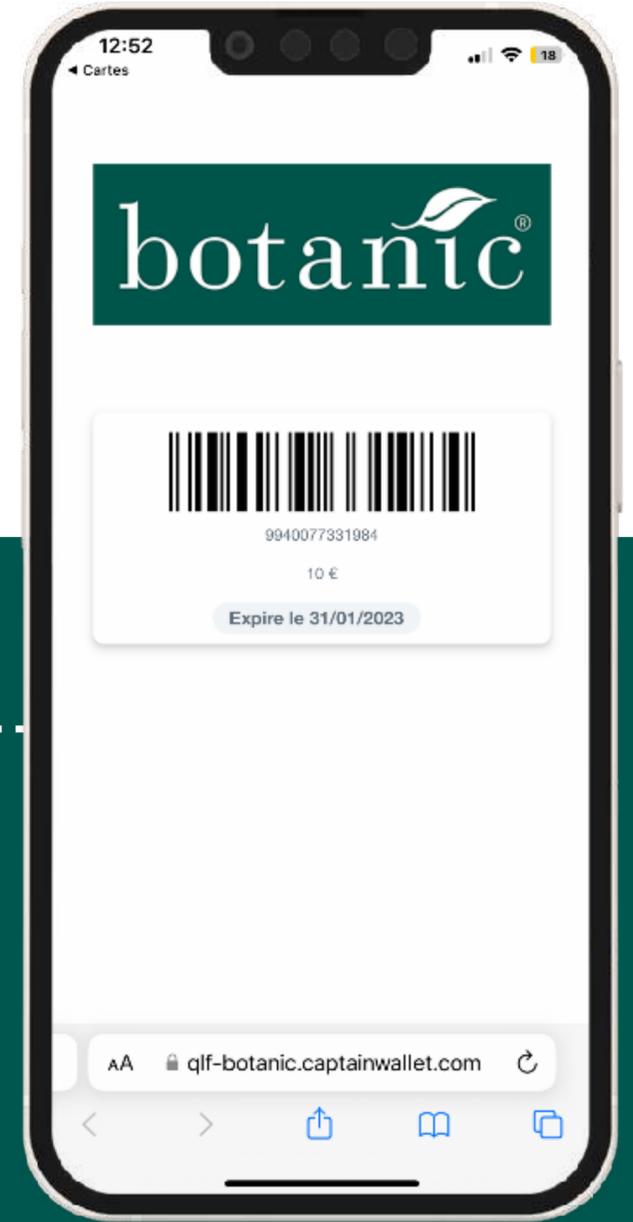


La carte wallet a évoluée



Le bon est accessible au recto de la carte

Lien du bon



Le bon apparait sur une landing page



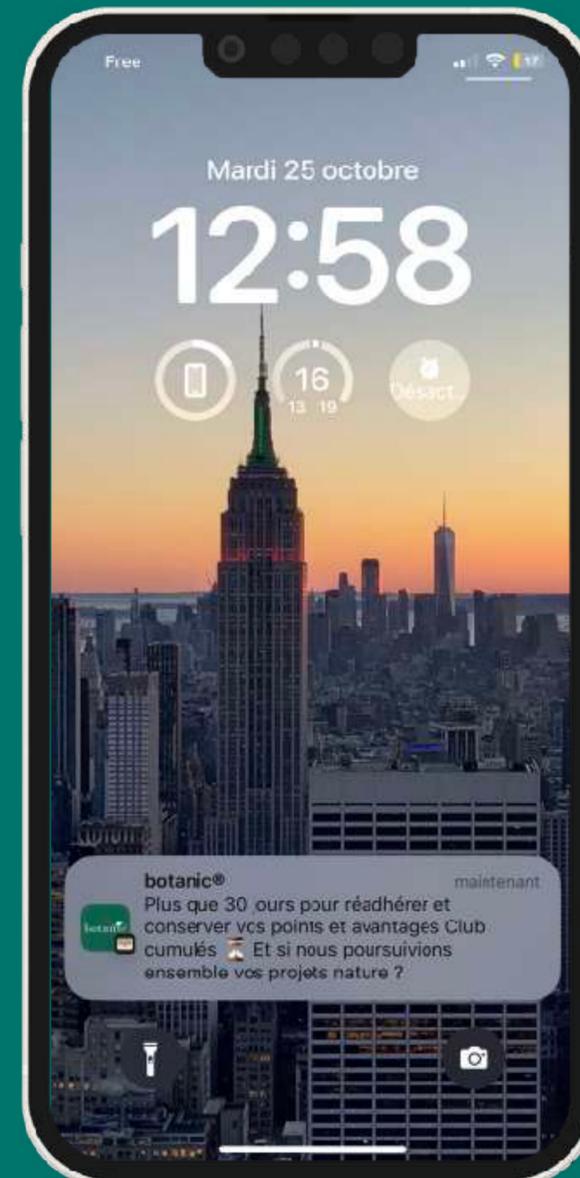
Anticiper le risque de « churn » grâce à un reciblage des clients via des campagnes de notifications push



Echéance de la carte Club M-1



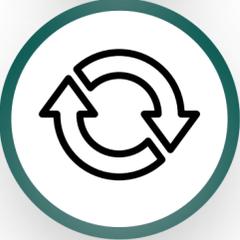
Carte échue



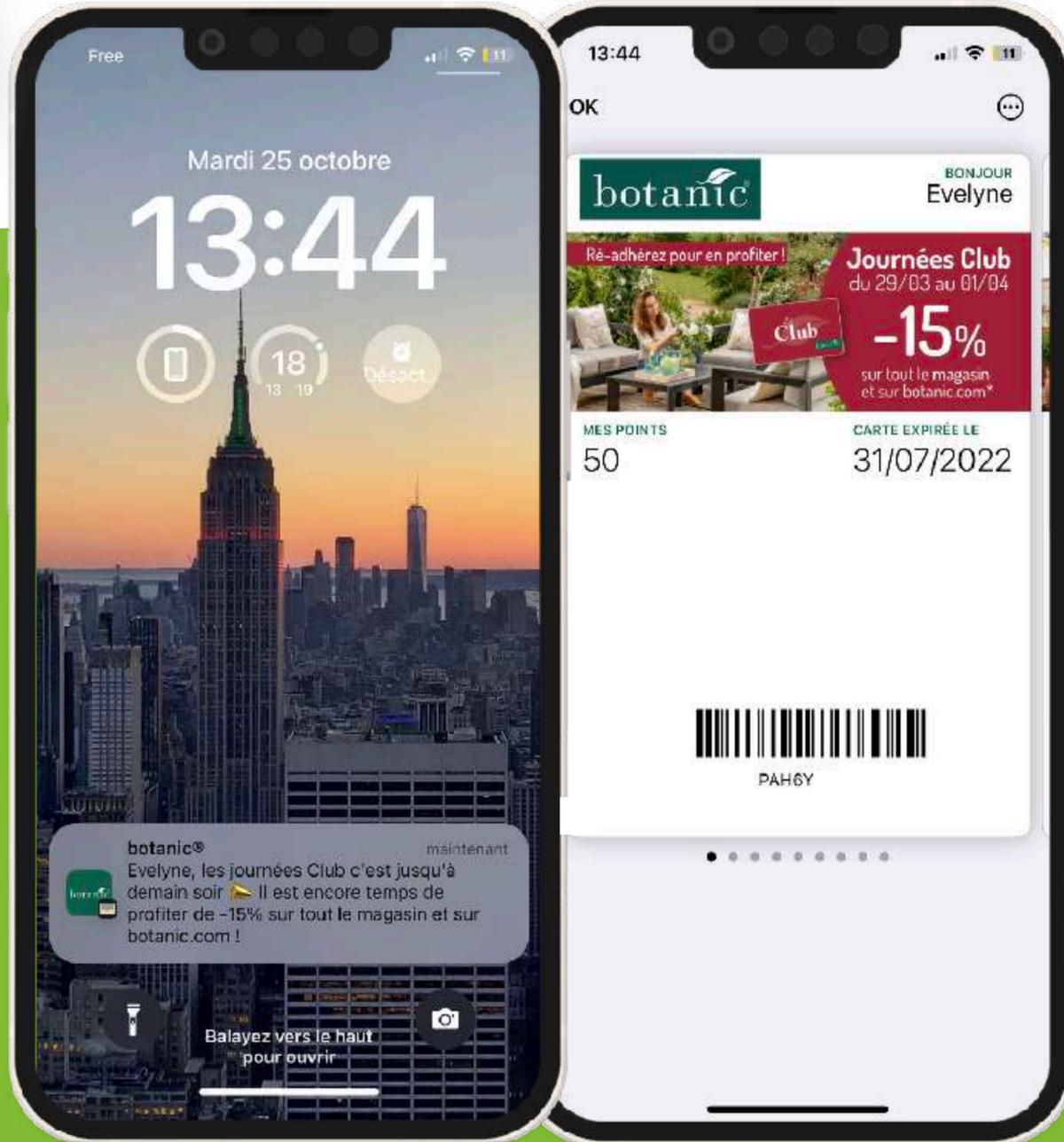
Carte échue M+2



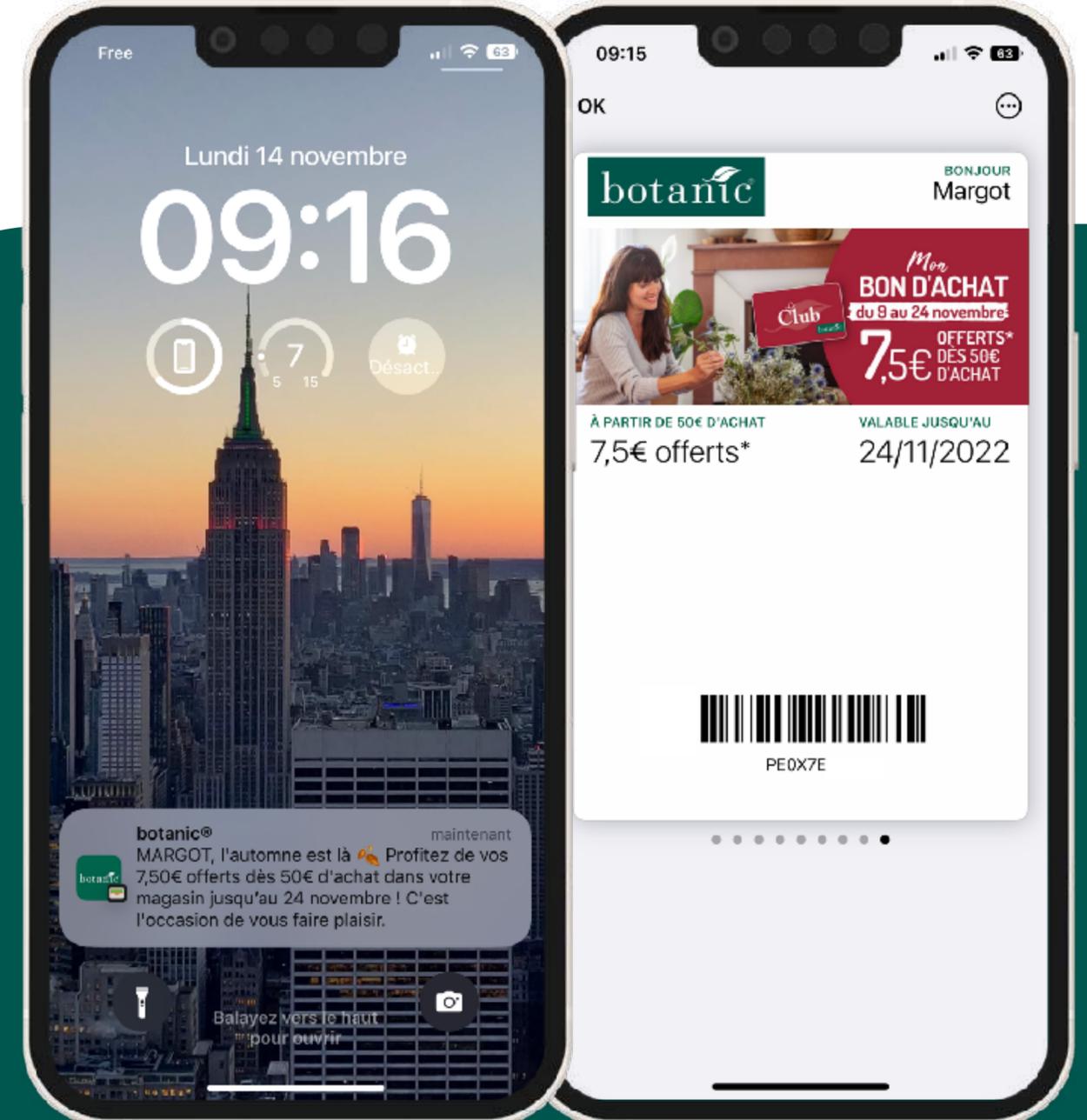
Renouvellement carte Club



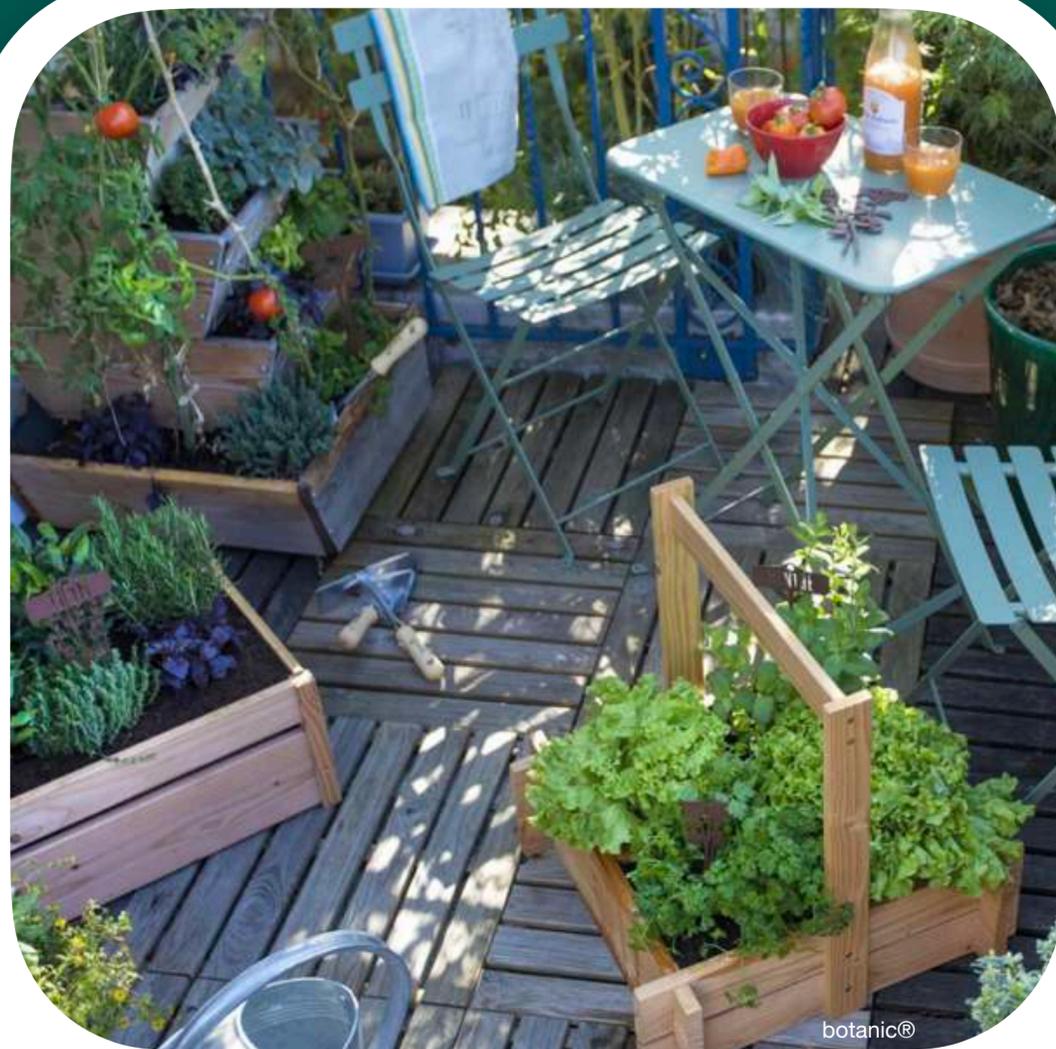
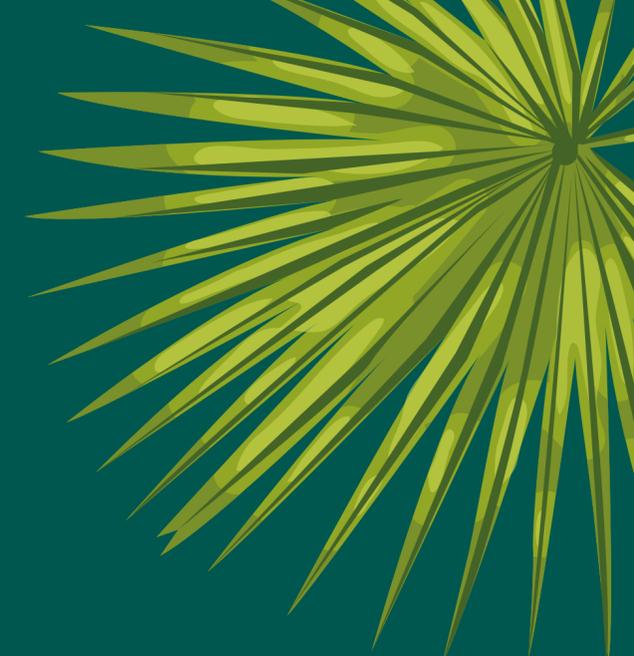
Faire vivre la carte de fidélité « Club botanic® » à travers des offres et les relayer via des notifications push ciblées



Les Journées Club



Bon d'achat offert - Novembre



Comment botanic[®] sensibilise ses collaborateurs au wallet mobile



Les collaborateurs botanic[®], ambassadeurs du wallet mobile

botanic[®] sensibilise ses collaborateurs au wallet mobile et leur propose de dématérialiser leur carte employé

46%

des collaborateurs ont installé leur carte employé / Club dans leur mobile



Les magasins, acteurs de la stratégie wallet de botanic®

A chaque nouvel exercice, Botanic redéfinit de nouveaux objectifs, pour les équipes du siège et en magasin.

**L'objectif de cette année :
Atteindre un volume de 80.000 clients
wallétisés d'ici fin août**

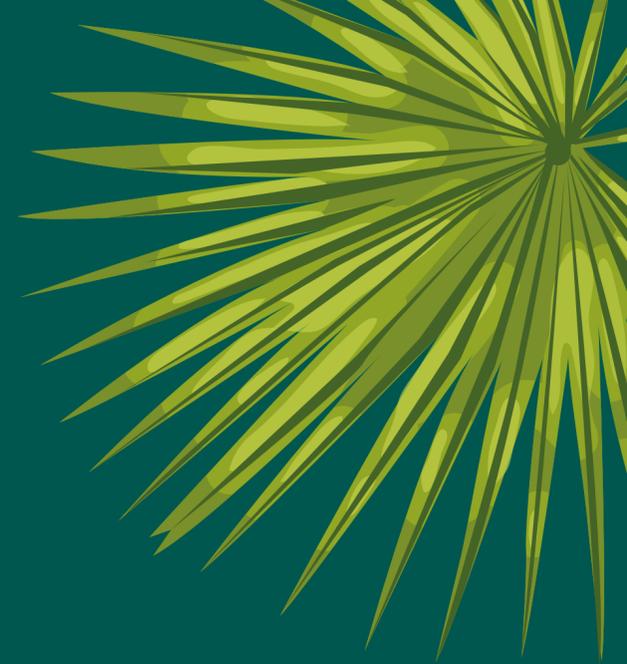
Chaque magasin ont chacun leur objectif de volume selon différents critères (localisation, volume de clients, etc.)





botanic®

Les résultats de botanic® sur le wallet mobile



De très belles performances



10%

De la base client a
dématérialisée sa carte
wallet en 7 mois

Taux de rétention
de la carte dans
le wallet

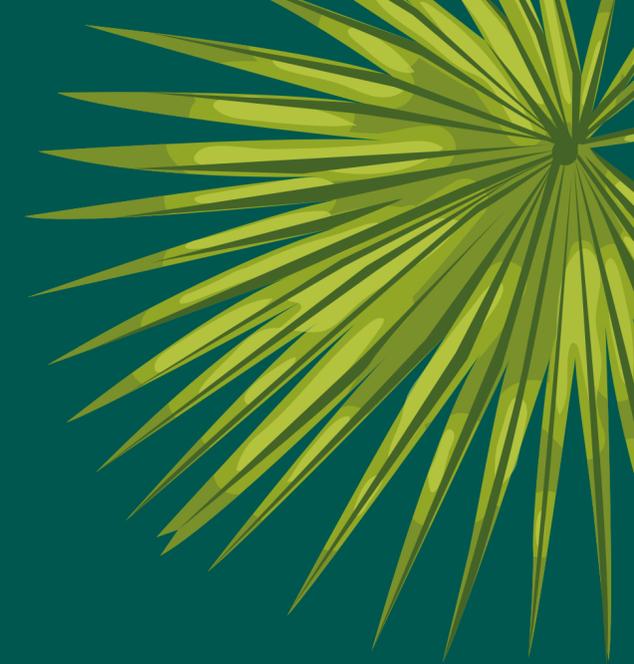


98.8%



79%

Taux
d'installation
moyen



Les prochaines étapes

botanic®

Les prochaines étapes

— Poursuivre l'intégration des CTA dans les triggers d'adhésion au wallet

— Déployer et livrer des supports aux équipes en magasin pour renforcer l'adhésion au wallet

— Etudier l'impact du wallet mobile sur le chiffre d'affaires





SCANNEZ

ce QR code et

VIVEZ L'EXPÉRIENCE

du wallet mobile

PRENEZ RENDEZ-VOUS POUR

UNE DÉMO PERSONNALISÉE

