

BIENVENUE !

Le webinar va débuter dans quelques minutes.

Notifications Push & Wallet Mobile :

Le combo gagnant pour engager et
fidéliser ses clients

Les intervenants

David Benäinous
Sales Director Mobile
& Loyalty



Bruno Bourdmone
Push Solution Expert
Lead



De quoi allons-nous parler ?

1

Présentation des solutions

Wallet mobile

Push notifications

2

Comment activer vos prospects grâce à la synergie Web Push et wallet mobile ?

La force de l'alliance du Wallet et du Web Push

Exemple d'un parcours client

3

Étude de cas client :

Comment Atlas For Men engage ses clients et booste la conversion grâce au wallet mobile et au push notifications?

Les meilleures solutions du marché sur une seule plateforme

Tout-en-un ou spécialiste, ne vous posez plus la question. Nous faisons les deux.



- Leader Français depuis 2013 avec + de 300 clients
- Actif dans plus de 180 pays
- 50 experts wallet dédiés aux marques
- 10 connecteurs techniques
- 25 millions de pass actifs en Fr.
- 300M de push notification envoyés/an
- 400 millions de campagnes/an

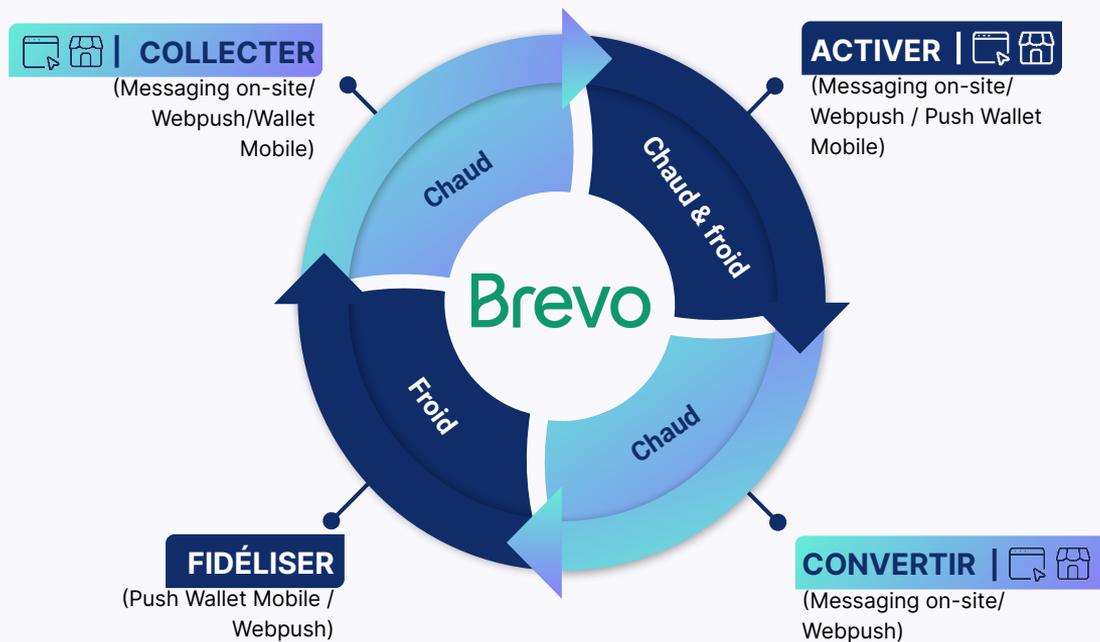
Brevo

Activation Mobile



- Créé depuis 2015
- + de 1500 clients
- 15 milliards de notifications envoyés tous les mois
- 350k pushes/seconde
- 20 experts Push dédiés
- Fonctionnalités avancées : Gestion de la pression, segmentation dynamique, géo-localation, popups on site.
- 99.9% disponibilité de la plateforme

Notre vision

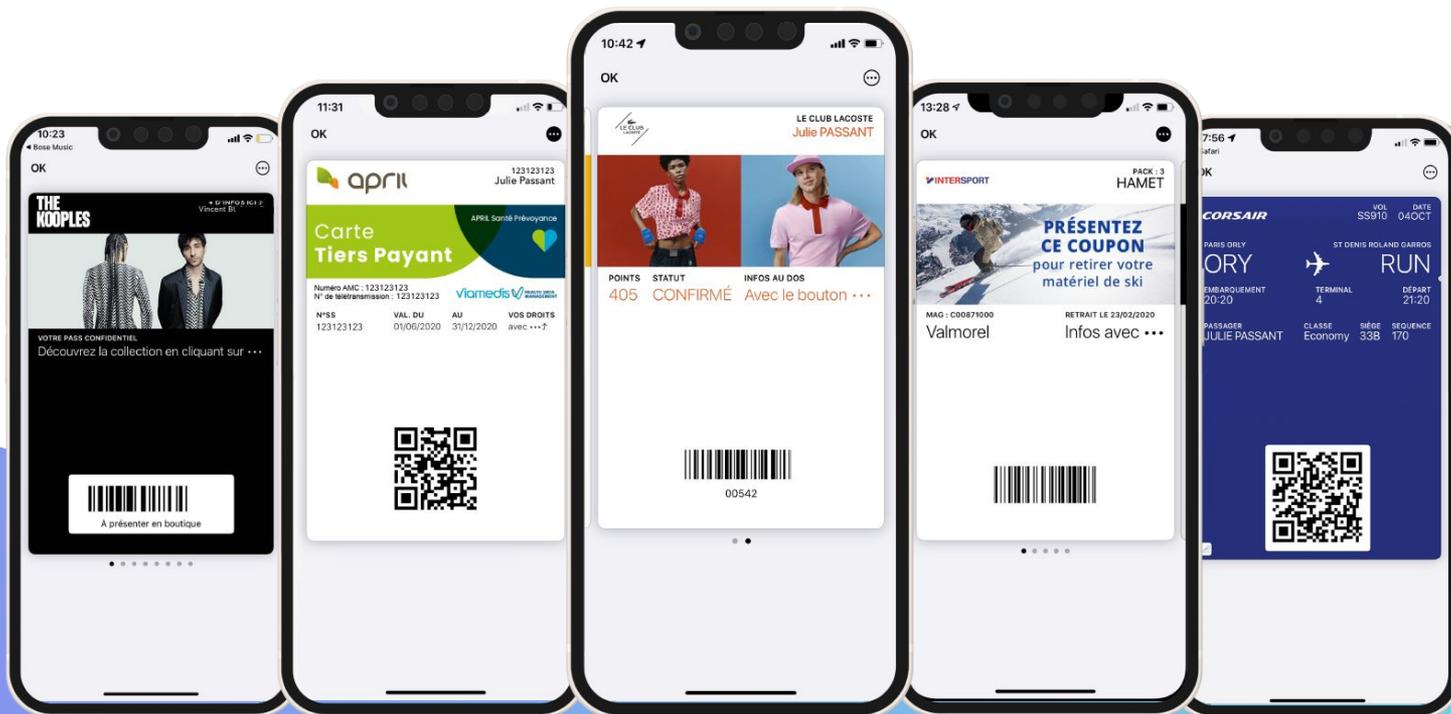


Le wallet mobile



Qu'est-ce que le wallet mobile ?

Vos contenus marketing dans la poche de vos clients



Carte privilège

Carte tiers payant

Carte fidélité

Click & collect

Carte d'embarquement

Le wallet, plus qu'un portefeuille, un canal relationnel



Envoyez des notifications
push Wallet en illimité

Chaque carte wallet est
unique et personnalisable



Les cartes peuvent être
mises à jour en temps
réel

Wallet mobile : Quels bénéfices pour votre marque et quels KPI's dans votre industrie ?

Créer du trafic sur votre site web et en PDV

Augmente significativement la **fréquence d'achat et le CA/client** on/offline

Un **reach & une rétention** mobile décuplés

Acquisition & fidélisation de nouveaux clients

+76%

de fréquence d'achat en moyenne

+52%

d'augmentation du CA/client en moyenne

> 10%

Base client walletisée la première année

> 95%

de taux de rétention de la carte wallet



Maison 123

PARIS

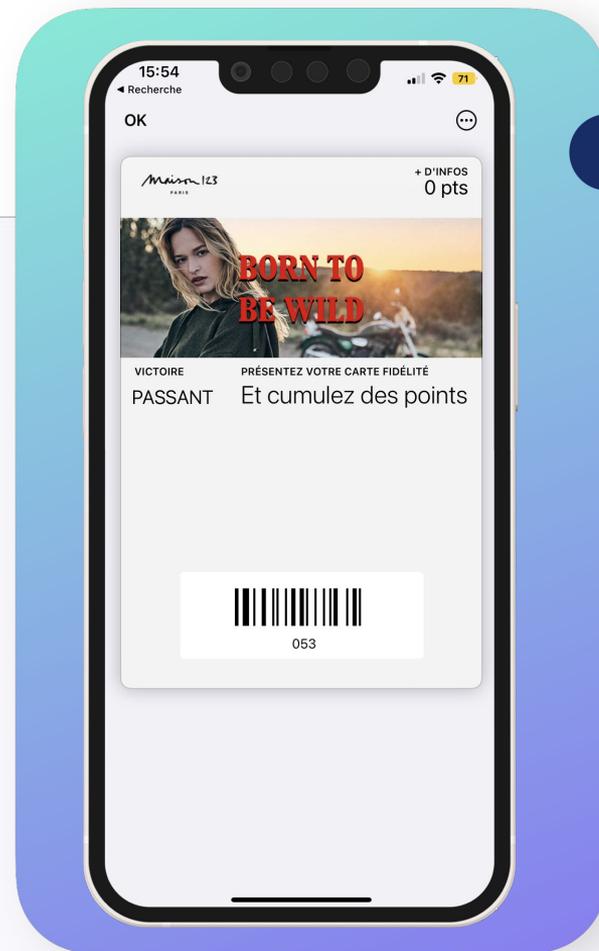
**Double son CA/client avec
le wallet mobile**

Les objectifs de Maison 123

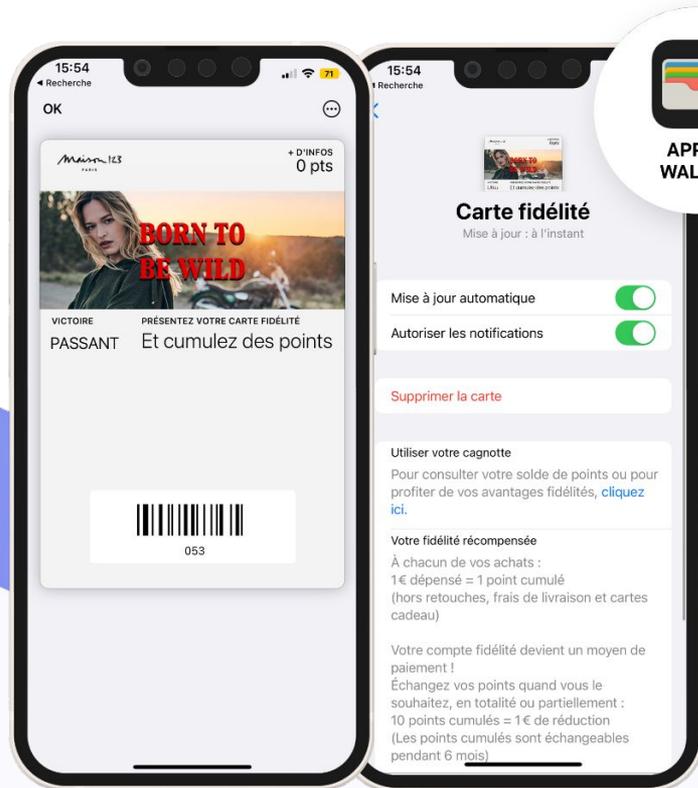
Moderniser ses moyens de communication

Relayer efficacement les offres liées au programme de fidélité et les opérations marketing en fil rouge

Avoir une démarche plus éco-responsable

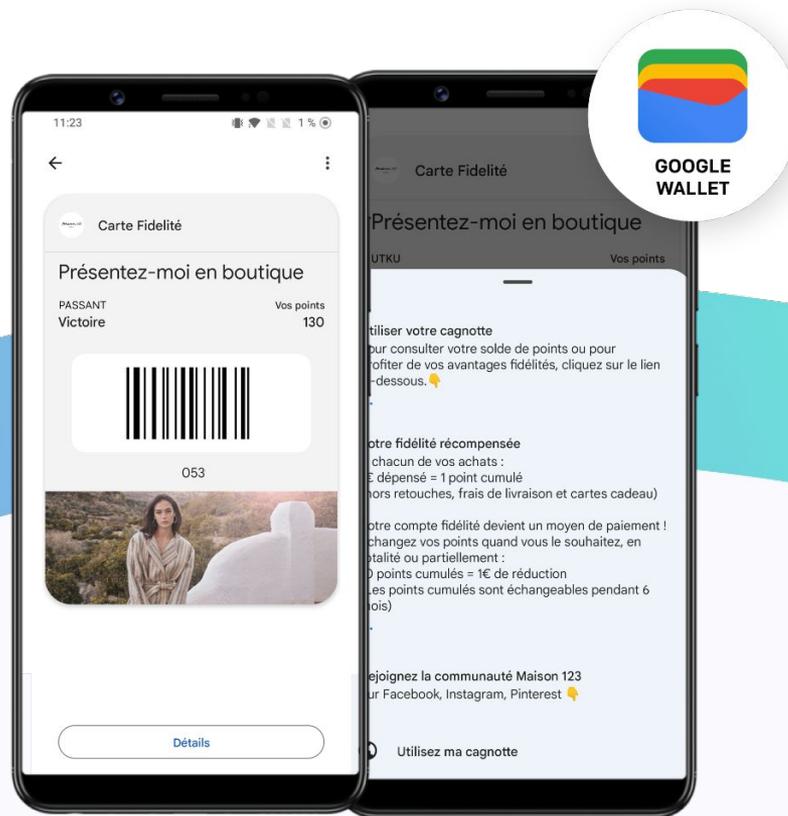


La carte de fidélité Maison 123 est téléchargée dans le mobile de la cliente



Recto

Verso



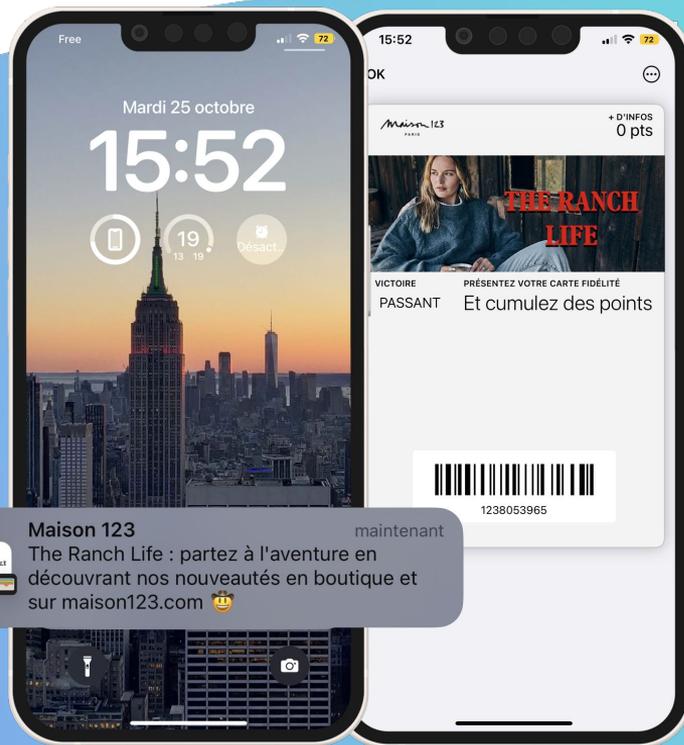
Recto

Verso

Maison 123 fait vivre sa carte via diverses notifications push Wallet



Post-achat



Nouvelle collection

Les résultats du wallet chez Maison 123

X2

De CA/client
wallétisé

+3%

Sur le CA total de
Maison 123

De fréquence
d'achat pour les
clients wallétisés
VS non wallétisés

+71%

De ROI estimé

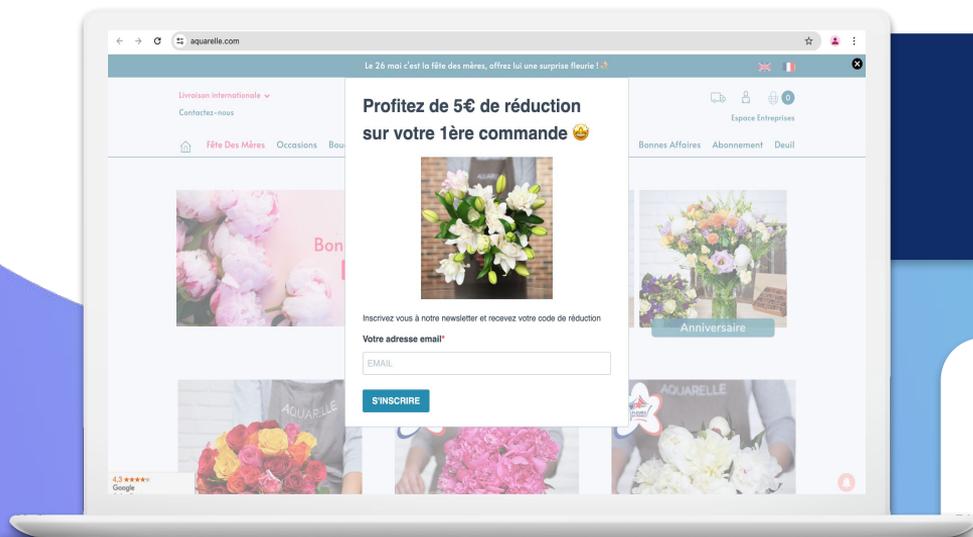
36,5



Web Push et Messages on-site

Messages on-site : qu'est-ce que c'est ?

AQUARELLE



Ces messages s'affichent pendant que l'utilisateur visite le site web.

Ils permettent d'engager l'audience.

Quels sont les bénéfices ?

- Cibler tous les visiteurs
- Collecter de la donnée
- Booster la conversion
- Engager les prospects/clients lorsqu'ils sont chauds

Cas client n°1 : Informer les utilisateurs

Invitez vos visiteurs anonymes à souscrire à votre contenu payant ou informez vos abonnés de leurs avantages

L'Équipe informe ses meilleurs abonnés de leurs avantages.

15% CTR

L'ÉQUIPE



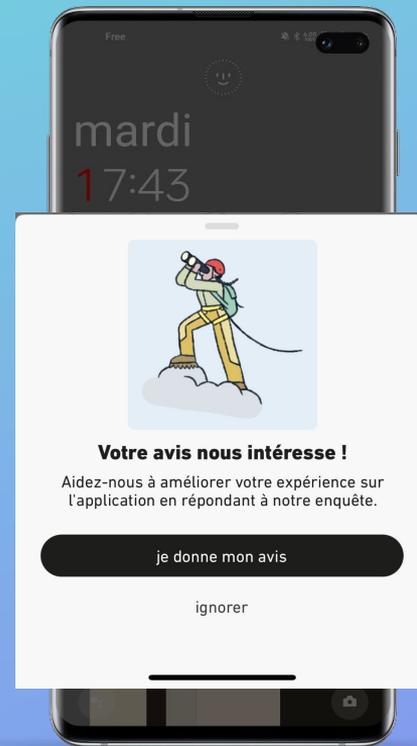
Cas client n°2 : Questionnaire de satisfaction

Récolter l'avis de vos visiteurs aux moments clés.

L'Équipe récolte l'avis de ses visiteurs au sujet de la pression des push notifications, sous la forme de QCM.

10% CTR

L'ÉQUIPE



Web Push Notifications

vertbaudet

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.

Quels sont les bénéfices ?

- Augmenter le trafic sur votre site Internet
- Réengager efficacement
- Booster la conversion
- Motiver l'intention d'achat de vos utilisateurs



Cas client n°1 : Retargeting en fonction du comportement des abonnés

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

L'objectif :

Motiver l'intention d'achat de ses utilisateurs en ciblant leurs centres d'intérêt et données de navigation

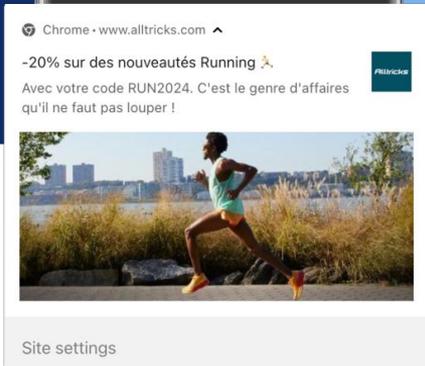
2.8%

CTR

2% de conversion

sur la notification

Alltricks



Cas client n°2 : Abandon de la navigation

Configurer facilement un scénario d'abandon de navigation sans aucune intervention technique grâce à notre plugin.

Campings.com recible les visiteurs qui ont vu un produit sur son site mais qui n'ont pas effectué d'action.

6% CTR

3% Ajout au

campings.com



Pourquoi utiliser les notifications Web Push et les Messages on-site ?

Augmenter le trafic sur votre site

+6% Augmentation du trafic sur votre site

Accroître les conversions

+5% Conversion sur votre site

Collecter de la data

10% WebPush - Opt-In

Réengager efficacement

4 à 15% CTR - Pop-ups

5 à 8% CTR - Notifications push

Augmenter votre Reach mobile

75% Abonnés web push mobile



**Comment activer vos prospects grâce
à une stratégie CRM mobile réussie ?**

Boostez l'engagement client grâce à l'alliance du Web Push et du Wallet Mobile

Projection d'une base client opt-in engagée les 2 premières années





 **atlasformen**
TAILLÉ POUR L'AVENTURE

Comment Atlas For Men engage ses clients et booste la conversion grâce au Wallet Mobile et au Web Push ?

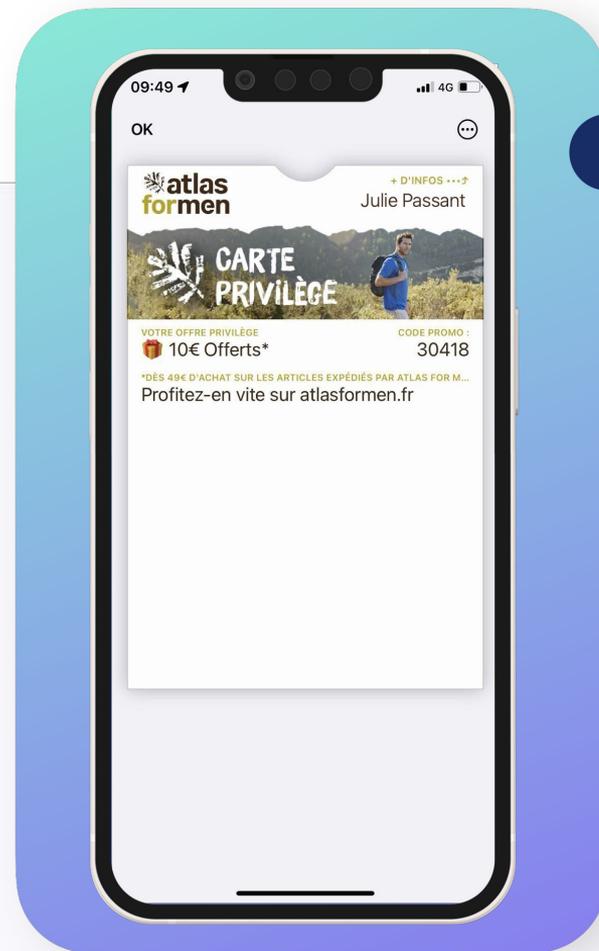
Les objectifs de la marque

Développer la valeur client : augmenter la fréquence d'achat et le panier moyen

Compléter le dispositif de communication Atlas For Men avec un canal relationnel différenciant et plus impactant que les canaux traditionnels

Relayer efficacement les offres et services à ses clients privilégiés et travailler sur une relation plus personnalisée

Augmenter son audience et réengager efficacement ses utilisateurs



Atlas For Men utilise différents points de contact pour « wallétiser » ses clients



32%

des clients "wallétisés" proviennent du site Internet

Site internet

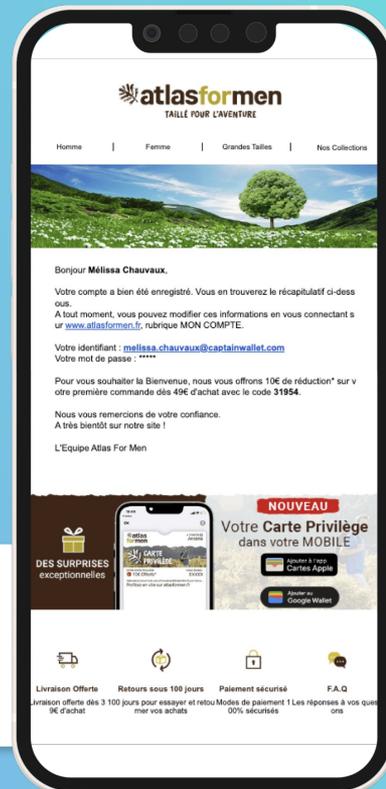
Atlas for Men met en avant ce nouveau service grâce à un encart présent sur la page d'accueil du site et une page dédiée

26%

des clients "wallétisés" proviennent de l'email trigger

Email trigger

suite à l'adhésion à un compte AFM, la marque envoie un email de confirmation avec encart qui permet au client d'ajouter sa carte dans son wallet



Atlas For Men utilise différents points de contact pour « wallétiser » ses clients

Emails dédiés

Efficace pour expliquer aux clients les avantages du wallet mobile

42%

des clients "walletisés" proviennent des emails dédiés

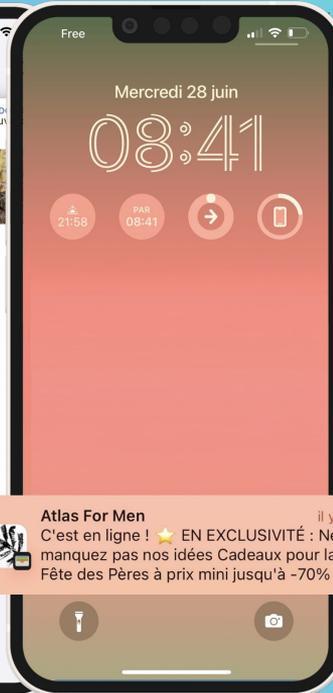


Atlas For Men fait vivre sa carte wallet à travers des offres et selon ses temps forts

Mise en avant
d'une offre
saisonnnière :
soldes d'hiver



Atlas For Men il y a 40 min
🕒 DERNIÈRES HEURES DES SOLDES !
-30% de Réduction SUPP dès 39€ d'achat sur les articles Atlas For Men avec le code 36634



Atlas For Men il y a 1 h
🌟 C'est en ligne ! EN EXCLUSIVITÉ : Ne manquez pas nos idées Cadeaux pour la Fête des Pères à prix mini jusqu'à -70% !

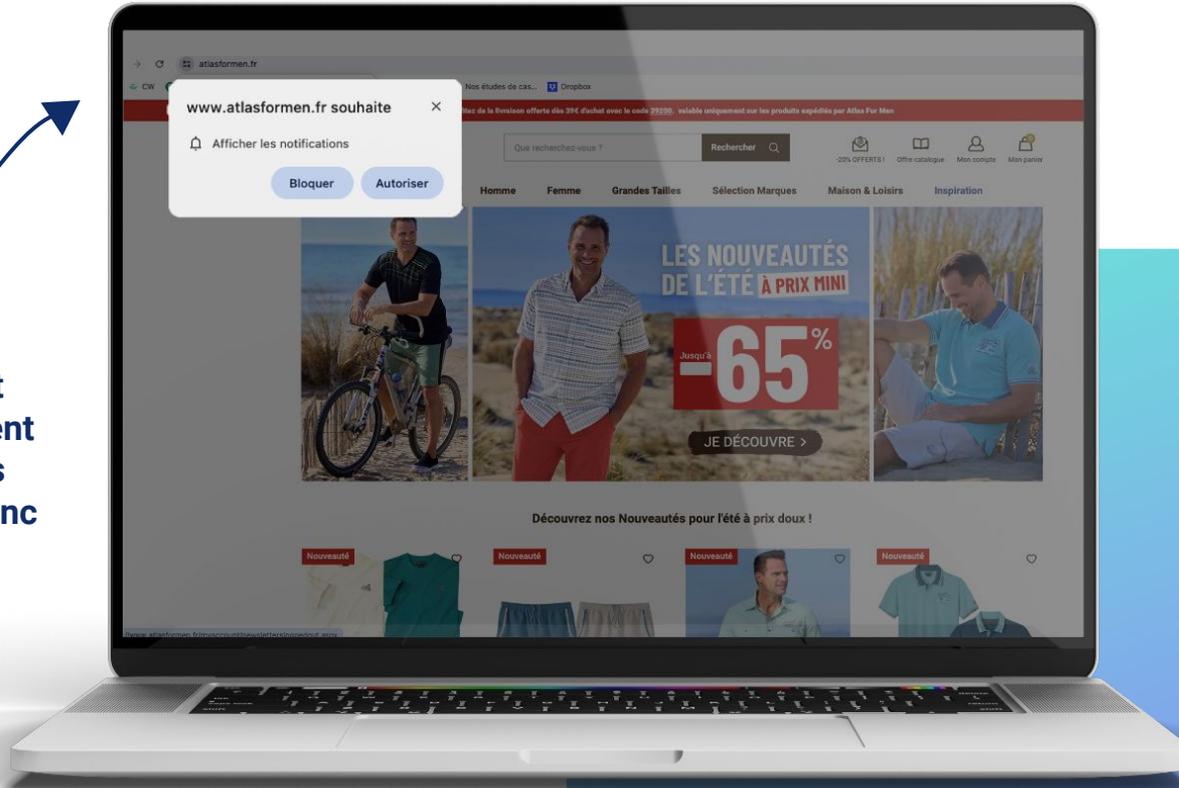
Mise en avant
d'idées cadeaux
pour la fête des
pères



Atlas For Men complète le Wallet Mobile avec le Web Push

De nombreux utilisateurs sont opt-in au Web Push

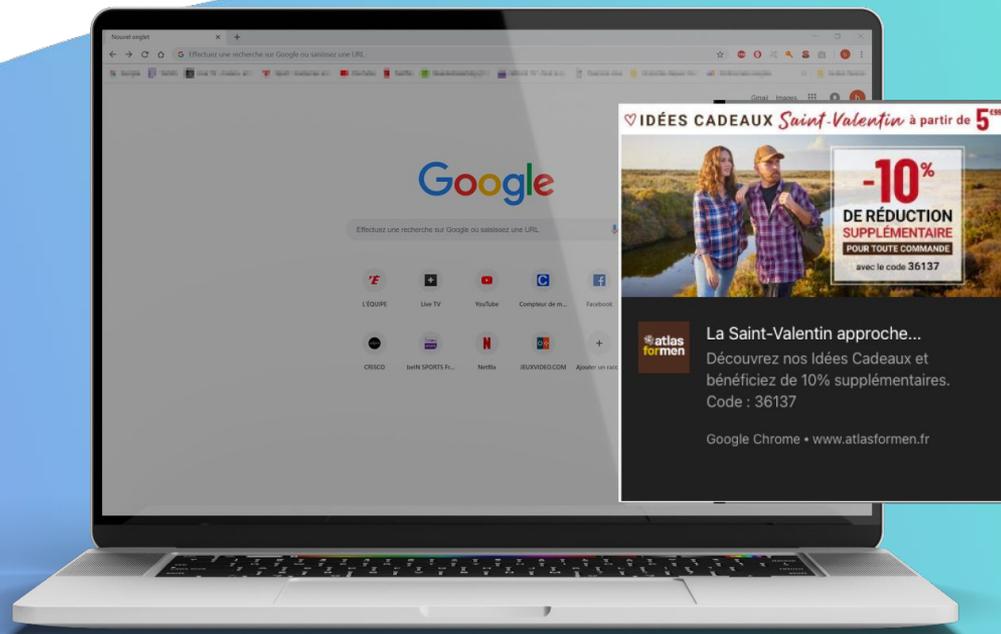
L'utilisateur peut
s'inscrire facilement
aux notifications
push et devient donc
"abonné"



Des formats qui s'adaptent à tous supports



Affichage mobile



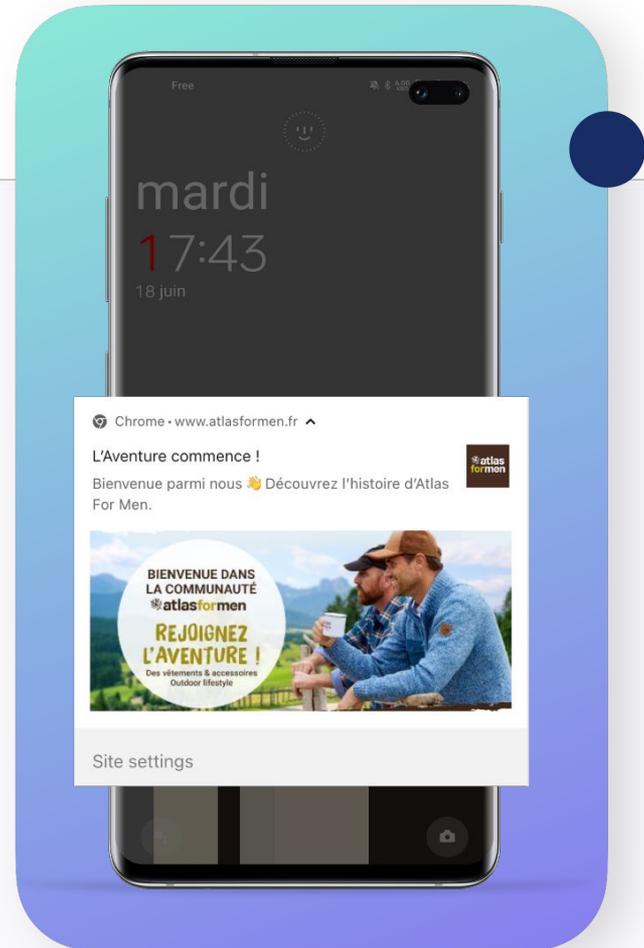
Affichage web

Les push notifications : un moyen d'accueillir de nouveaux abonnés

Grâce à une notification push, Atlas For Men remercie ses nouveaux abonnés et commence à construire une relation privilégiée en leur présentant tous les avantages de rejoindre cette communauté

10%

de conversion sur la notification de "bienvenue"



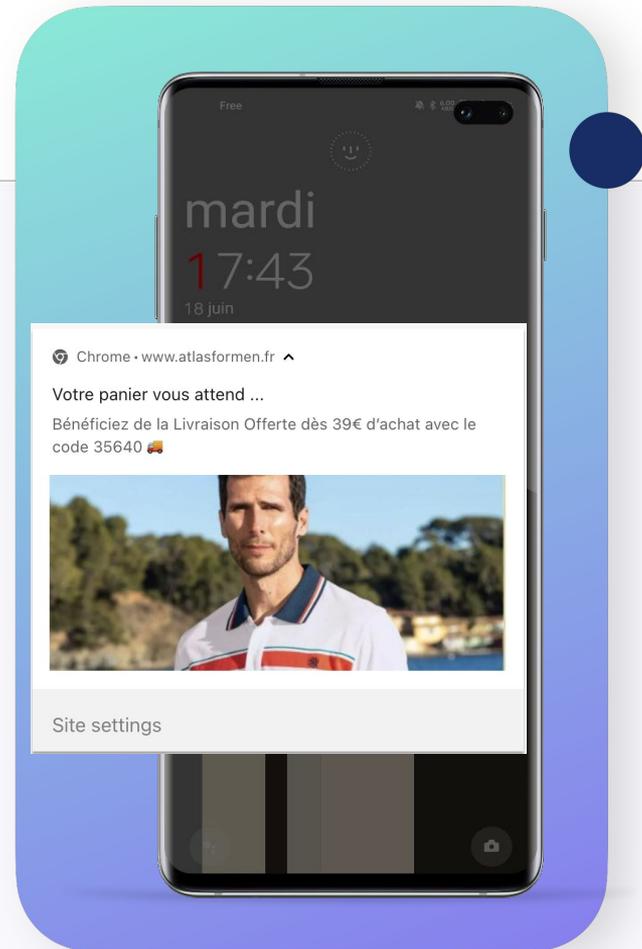
Les push notifications : un moyen de relancer les paniers abandonnés

Objectif : Rappeler les utilisateurs ayant laissé leur panier en attente

Atlas For Men configure facilement un scénario de relance panier sans aucune intervention technique.

28%

des utilisateurs qui ont cliqué sur la notification ont converti sur le panier abandonné



Pour tout savoir et aller plus loin sur les push notifications :



Découvrez toute la stratégie wallet de Maison 123





Contactez-nous

hello@captainwallet.com

Rejoignez plus de 250
grandes enseignes

MAISONS
DU MONDE

C
COURIR®

LACOSTE



IKKS

te
TotalEnergies

DECATHLON

Jacadi
PARIS

BW | Best Western
Hotels & Resorts

SALOMON | ALIGRO

L'OCCITANE
EN PROVENCE

Etam

CLARINS



Auchan

JULES

CENTRAKOR

YVES ROCHER

CORSAIR

NATURE &
DECOUVERTES

Carrefour



Maison 123
PARIS

celio*

castorama

INTERSPORT

