



BIENVENUE !

Le webinar va débuter dans quelques minutes.

Retour sur les meilleures stratégies wallet en 2024

et les enjeux à
venir en 2025

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



linkedin.com/company/captainwallet



twitter.com/captain_wallet



facebook.com/captainwallet/

Les intervenants



David Benaïnous

Sales Director Mobile
& Loyalty



Captain Wallet
by Brevo



Vincent Bucaille

Customer Success
Director Mobile &
Loyalty



Captain Wallet
by Brevo

Le programme de ce webinar

1

L'évolution des usages du wallet en France en 2024

2

Présentation de cas clients qui ont cartonné en 2024 : *Courir, Buffalo Grill, Yves Rocher, Maisons du Monde*

3

Les enjeux à venir en 2025 liés à la fidélisation

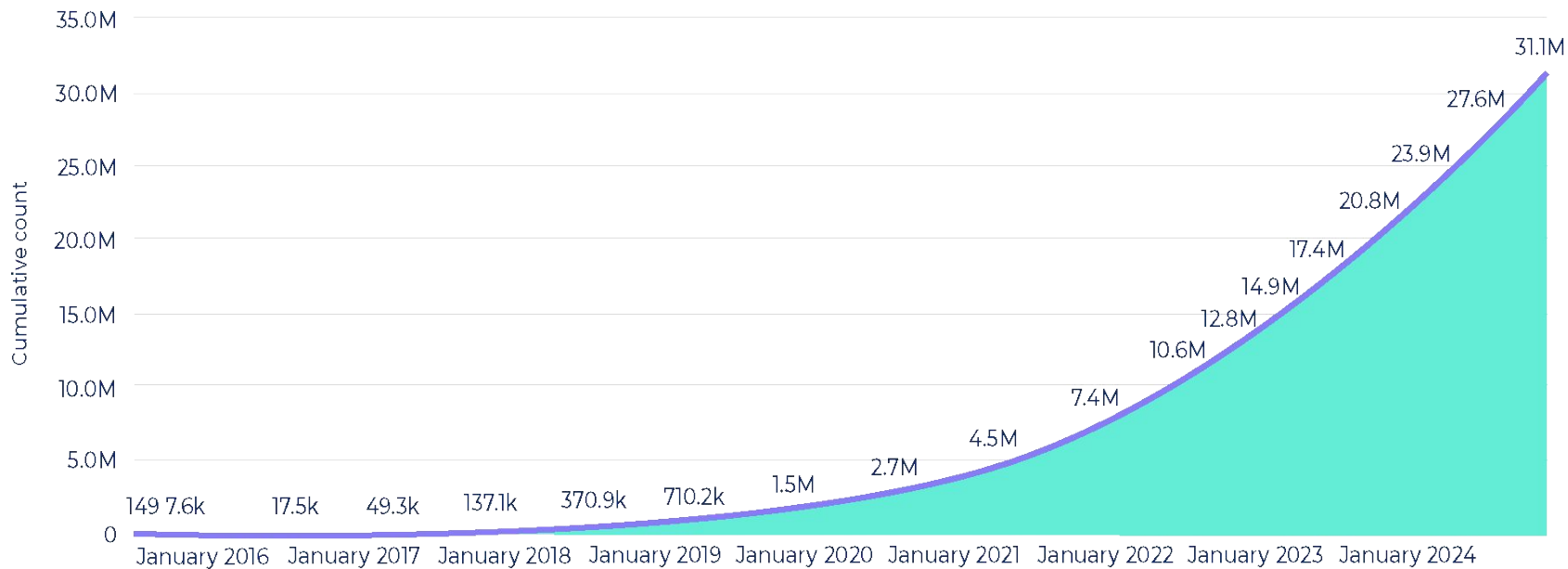


L'évolution des usages du wallet en France en 2024



Plus de
30 millions
de cartes wallet actives

Nombre de cartes wallet activées par Captain Wallet by Brevo





Quelques chiffres sur la perception du wallet en France

Les connaissances du wallet mobile

Le wallet mobile se fait une place dans l'esprit des français

50%

des français connaissent
l'application wallet
(1)

VS

38,7
en 2021 (2)
%

Focus 18-24 ans



71%

sont familiers
avec l'application

Focus 65 ans et +



34%

connaissent
l'application

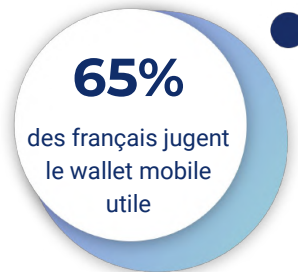
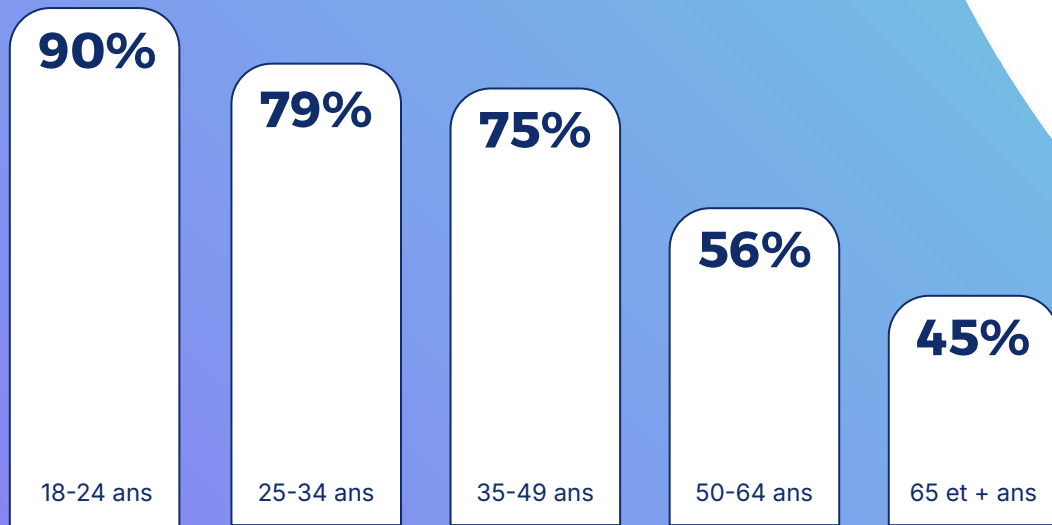
(1) Source : "Le baromètre du wallet mobile" réalisée par Captain Wallet by Brevo & Ifop auprès d'un échantillon de 1000 français, 2024

(2) Source : L'observatoire de la fidélité & de la fidélisation clientèle 2021

L'utilité du wallet mobile

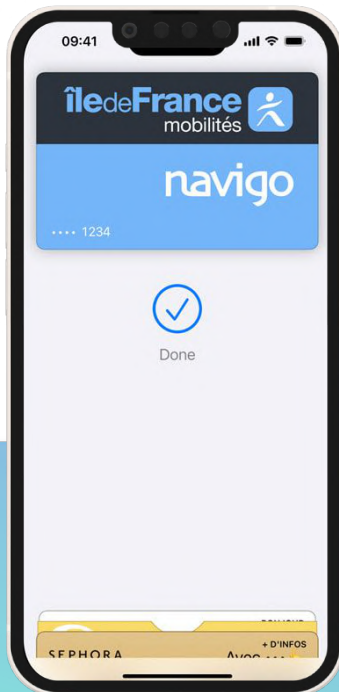
Une solution qui a son intérêt selon les français

Jugez-vous utile d'avoir toutes vos cartes de fidélité réunies sur votre mobile ? (dans une app unique)

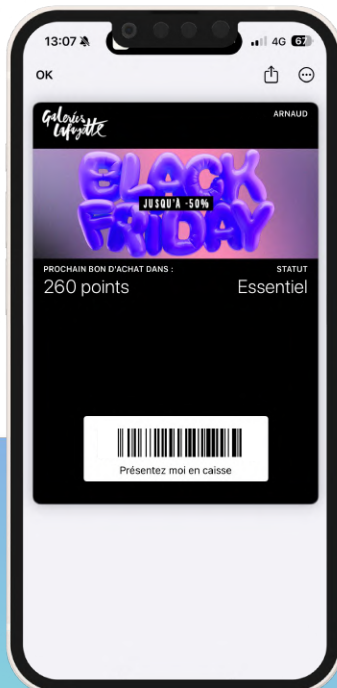


Le wallet, de plus en plus présent dans notre quotidien

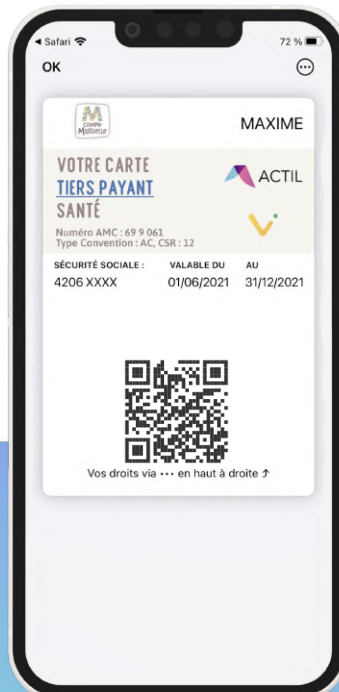
Des cas
d'usage de
plus en plus
nombreux



Carte de transport



Carte de fidélité



Carte Tiers payant



E-ticket

Les usages du wallet mobile

Les cartes de fidélité sur le wallet mobile ont la cote !

Quel(s) type(s) de carte(s) avez-vous dans votre application wallet ?

11%

Cartes tiers payant

19%

Billets de concerts/événements

23%

Coupons/bons de réduction

31%

Billets d'avion/train

42%

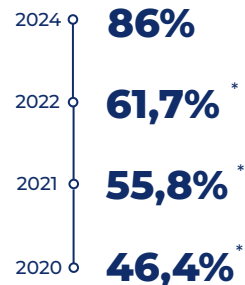
Cartes de paiement

86%

Cartes de fidélité

+85%

Une très belle évolution pour l'usage des cartes de fidélité depuis 2020 !



Pour aller plus loin...

Les utilisateurs possèdent en moyenne 2 types de cartes dans leur wallet.

* Source : L'observatoire de la fidélité & de la fidélisation clientèle 2021

Source : "Le baromètre du wallet mobile" réalisée par Captain Wallet by Brevo & Ifop, auprès d'un échantillon de 1000 français, 2024

Les usages du wallet mobile

Simplicité et fluidité avant tout

Diriez-vous que vous utilisez vos cartes pour ... ?

27%



Vous identifier en point de vente, dans les transports, sur le lieu de l'évènement

37%



Accéder rapidement à mes informations/ données de fidélité

57%



Payer en magasin, dans une pharmacie

58%

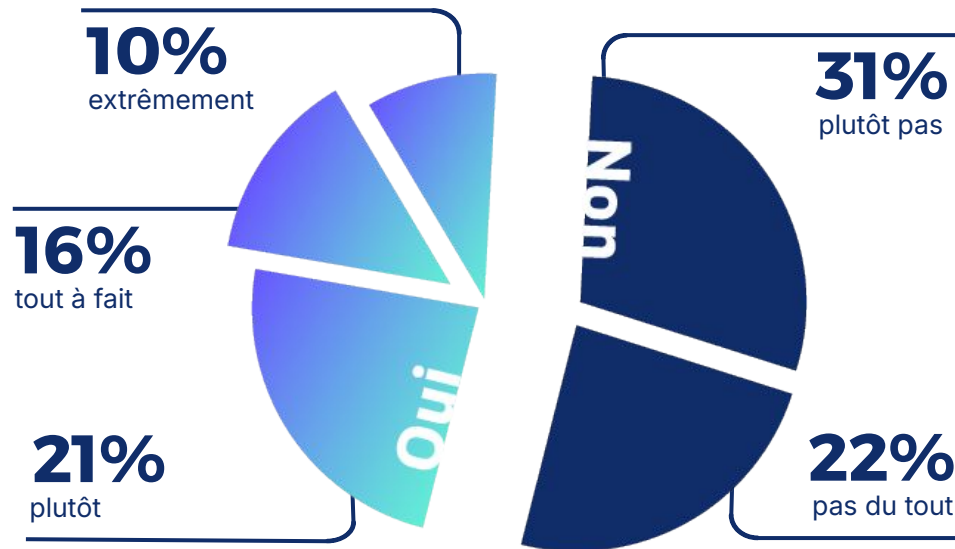


Rester au courant des offres et actualités de la marque

L'influence des notifications push sur les français

Les notifications impactent la majorité des français sur la tranche 18-49 ans

Les notifications push vous incitent-elles à vous rendre en magasin ou sur le site web d'une marque/enseigne ?



54%

des 18-49 ans sont influencés par les notifications push

À noter

Seulement 22% des français ne sont pas du tout influencés par les notifications push

Retour sur 4 cas clients





BUFFALO
GRILL®

**Un lancement inégalé en point
de vente**

Buffalo Grill : un recrutement inégalé en point de vente

Objectif avec le wallet :

Capter l'attention du client en restaurant et créer un lien pérenne avec lui

Les activations mises en place par Buffalo Grill :



La carte wallet comme **vecteur d'adhésion à la fidélité**



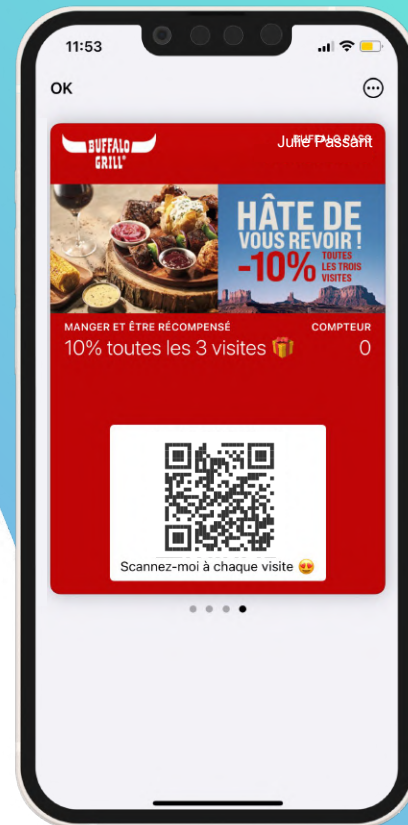
3 offres pour les 3 premières visites, puis **toutes les 3 visites** à utiliser via la carte wallet



Les offres sont **actualisées automatiquement** sur la carte wallet



Des **notifications push régulières** sont envoyées pour inciter le client à se rendre en restaurant



Le parcours client chez Buffalo Grill

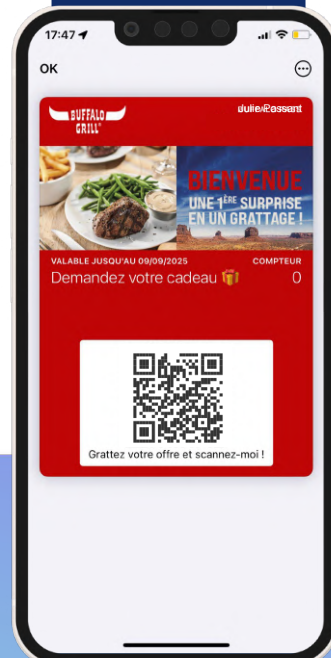
Affiches et flyers en restaurants



1 Le visiteur scanne le QR code

2 Il remplit le formulaire

Le client peut profiter de sa 1ère offre



3 Le "Buffalo pass" est récupéré

Le Buffalo pass : une carte wallet dynamique



Les offres et la carte évoluent selon le nombre de passages du client en restaurant



Buffalo envoie des offres par push notification

Les résultats du wallet chez Buffalo Grill

450.000

cartes wallet activées en 6 mois

Une **BDD clients élargie** et plus qualifiée grâce au formulaire

Un boost de la fidélisation !

47%

de ces cartes wallet comptabilisent **1 visite** (après récupération de la carte)

16%

comptabilisent au moins **2 visites**



Le wallet, au coeur de leur stratégie omnicanale

Courir : Le wallet, au coeur de leur stratégie omnicanale

Objectif avec le wallet :

Acquérir de nouveaux client et rendre accessible les différents programmes de fidélité

Les activations mises en place par Courir :



Un programme de fidélité ouvert à 2 audiences : un gratuit et un payant, accessible depuis le wallet



Une adhésion au programme de fidélité gratuit sur le site ou via le wallet **grâce à un formulaire**



Le wallet est mis en avant sur **tous les points de contact** de la marque



Déploiement en France et à l'international
(Belgique et Espagne pour le moment)

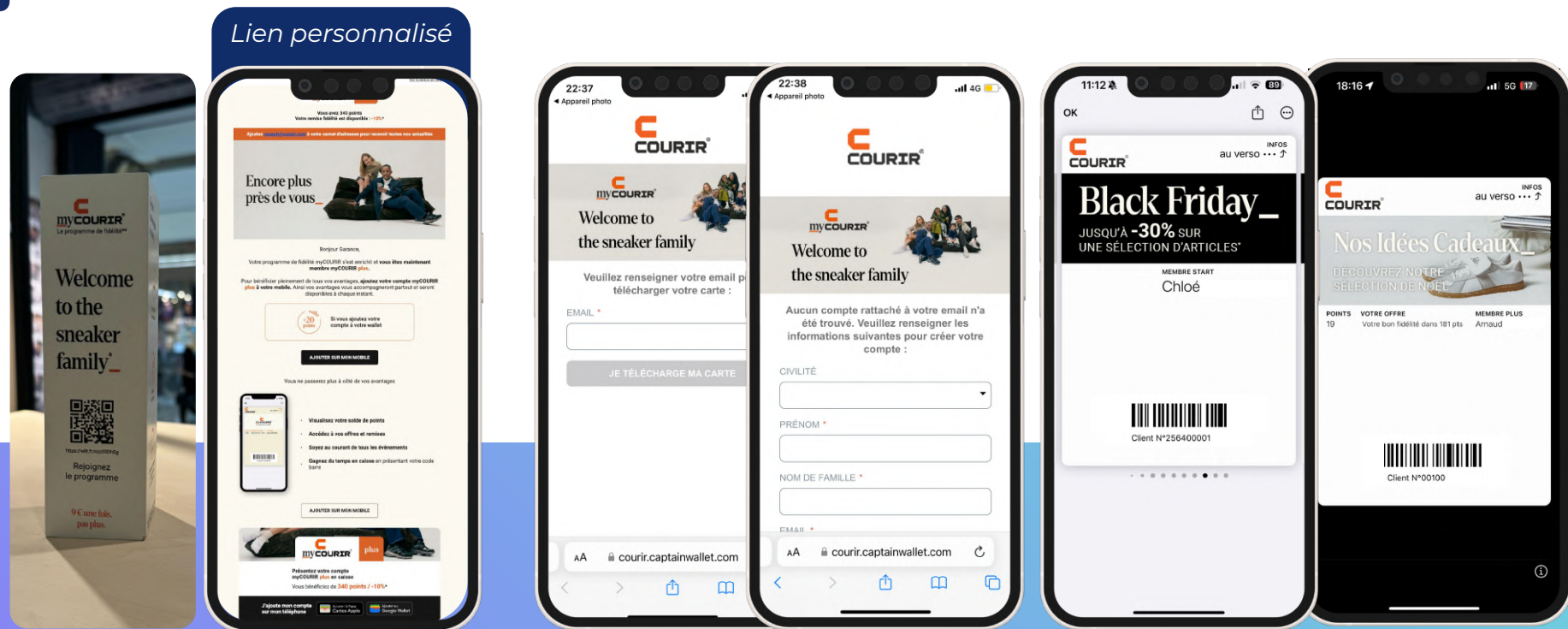


Carte wallet d'un adhérent
au programme gratuit



Carte wallet d'un
adhérent au
programme payant

La carte wallet Courir : comment ça marche ?



1 Le visiteur scanne
ou clique sur le
CTA

2 Formulaire avec
reconnaissance si
déjà membre ou non

3 L'adhérent récupère sa
carte de fidélité gratuite
ou payante

Courir : un recrutement à la fois en point de vente et en ligne

Points de contact utilisés :

 QR code en magasin (PLV, flyers)

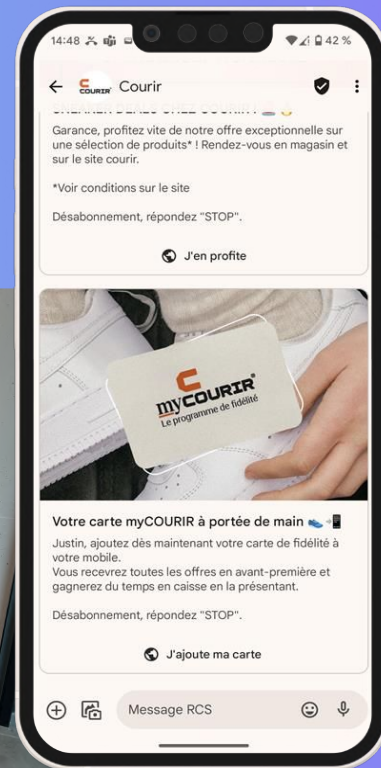
 SMS/RCS

 Emails dédiés wallet

 Sur le site, espace client

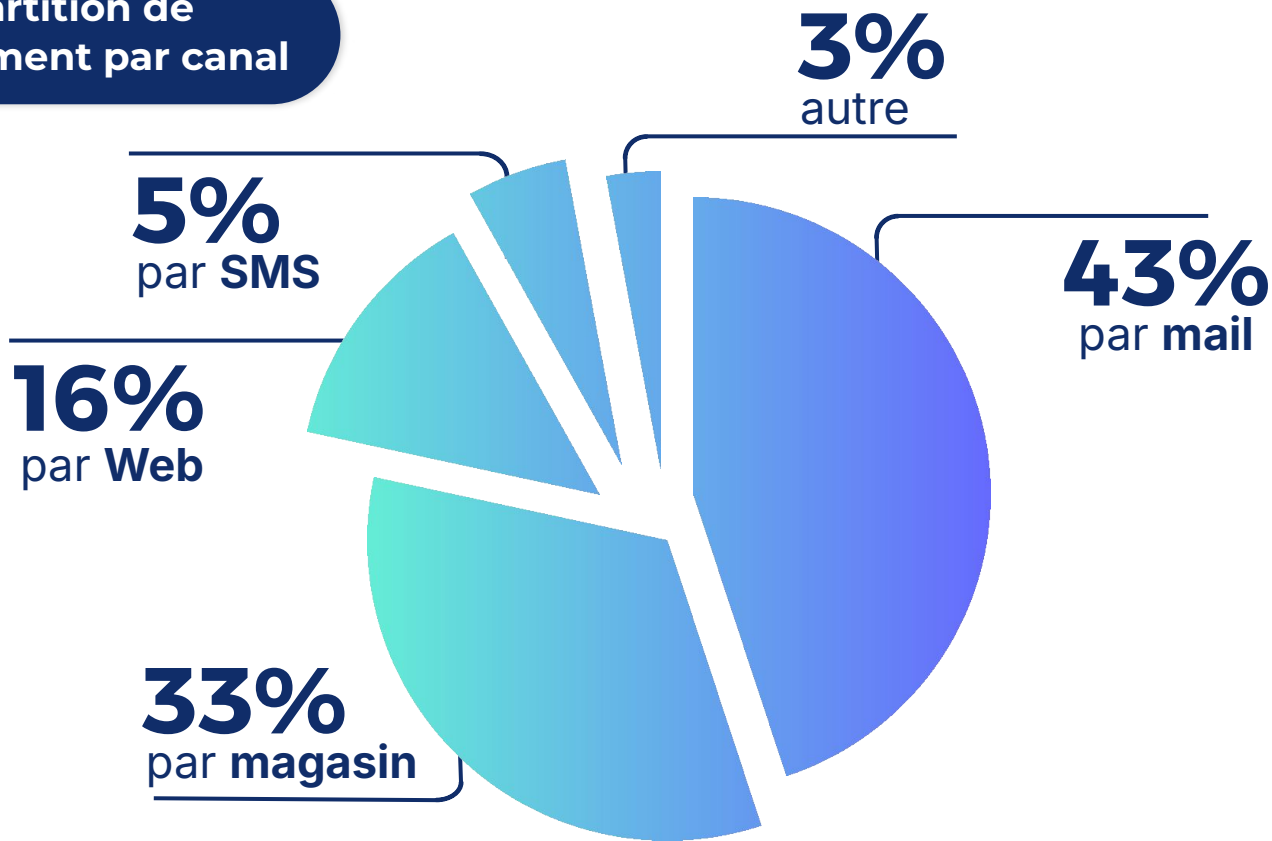
RCS

PLV en magasin

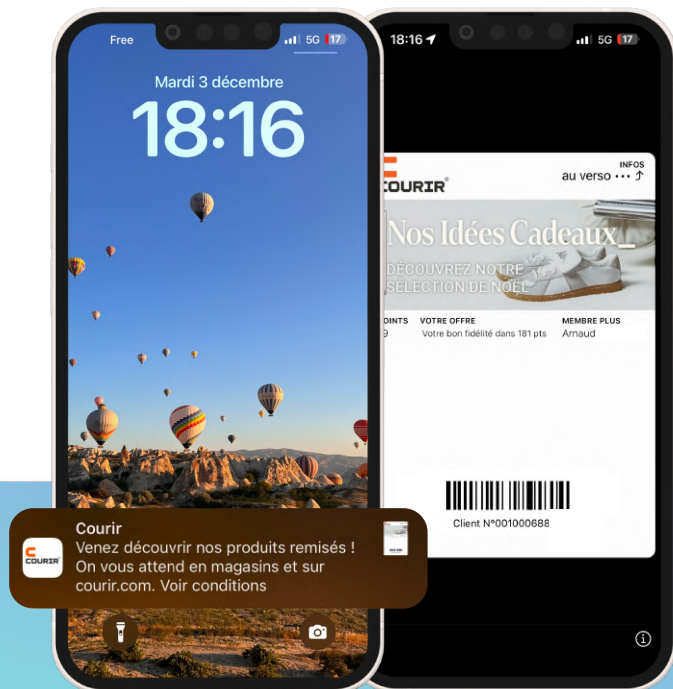


Le magasin : un vrai canal de recrutement chez Courir

Répartition de
l'encartement par canal

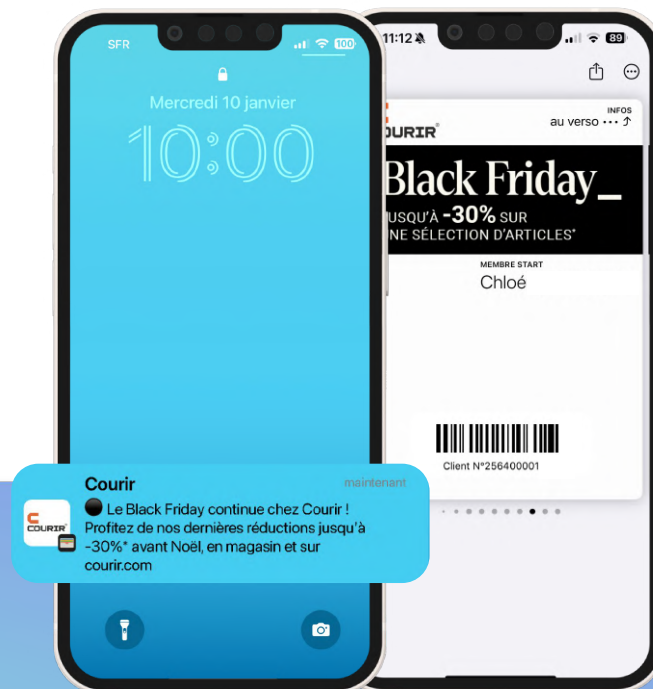


Une communication proactive et engageante



Notifications push
géolocalisées

Carte wallet
programme payant



Notifications push
commerciales

Carte wallet
programme gratuit

Les résultats du wallet chez Courir





YVES ROCHER

**Une stratégie de personnalisation
avancée avec le wallet mobile**

Yves Rocher : une stratégie de personnalisation avancée avec le wallet mobile

Objectif avec le wallet :

générer du trafic en PDV tout en simplifiant l'expérience client

Les activations mises en place par Yves Rocher :



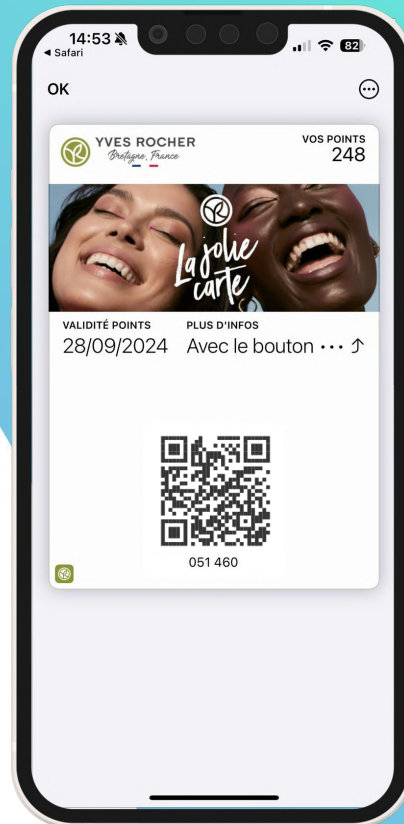
Une **approche omnicanale** pour recruter ses clients sur le wallet



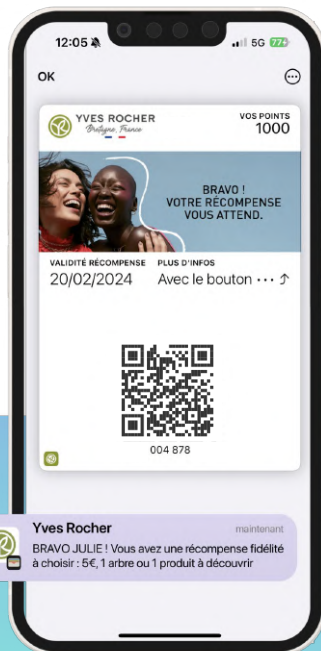
Une **carte ultra personnalisée** qui s'adapte à la vie de la cliente



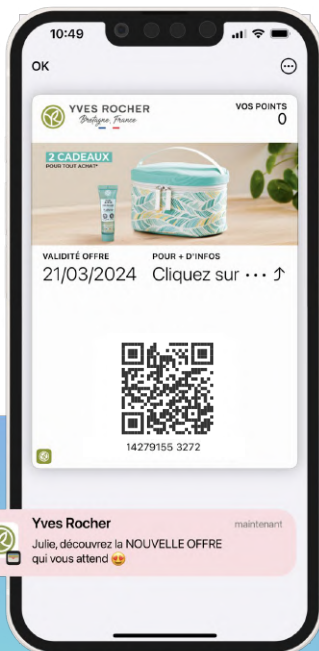
Des campagnes wallet **personnalisées**



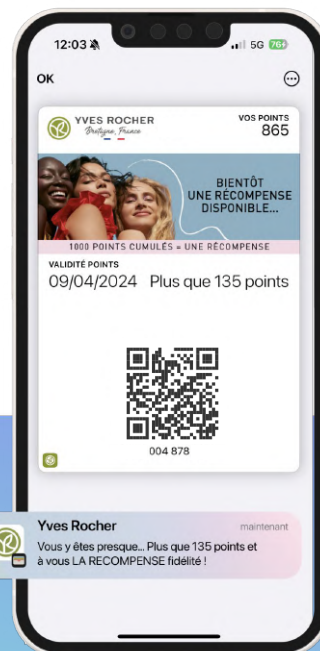
Yves Rocher : Une carte wallet qui s'adapte à la vie de la cliente



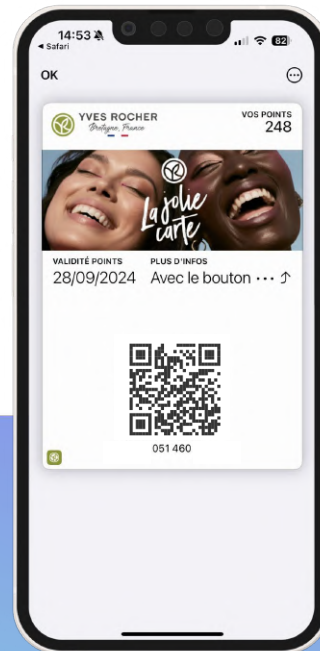
Carte "récompense"



Carte "offres"

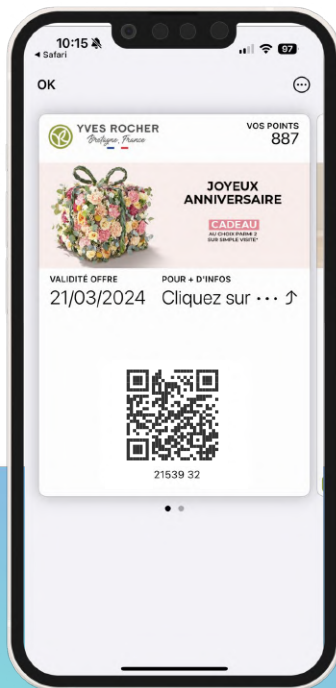


Carte "bientôt récompensée"

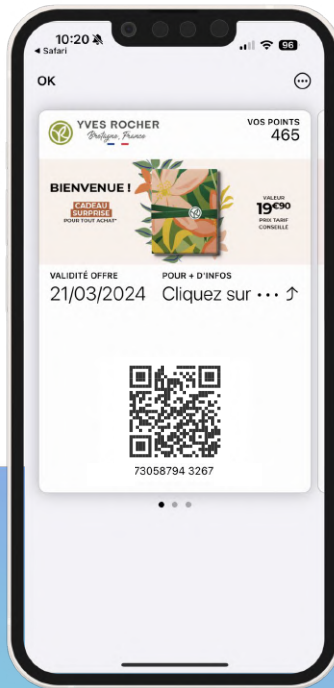


Carte de fidélité

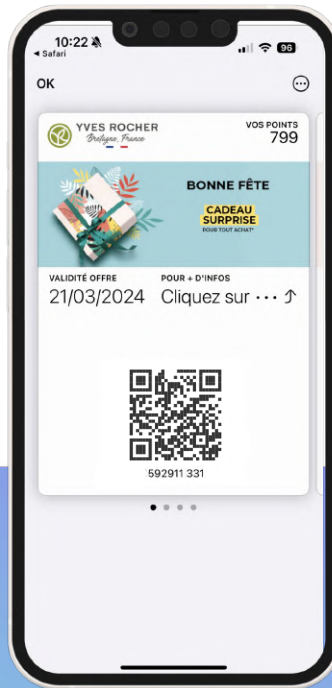
Yves Rocher personnalise ses campagnes wallet



Joyeux anniversaire



Offre de bienvenue



Bonne fête





MAISONS
DU MONDE

MEUBLES & DÉCORATION

Un lancement record

Maisons du Monde : un lancement record

Une surprise incite l'activation de la carte

Promesse claire pour le client

Tutoriel didactique



Pas de points de fuite dans l'email

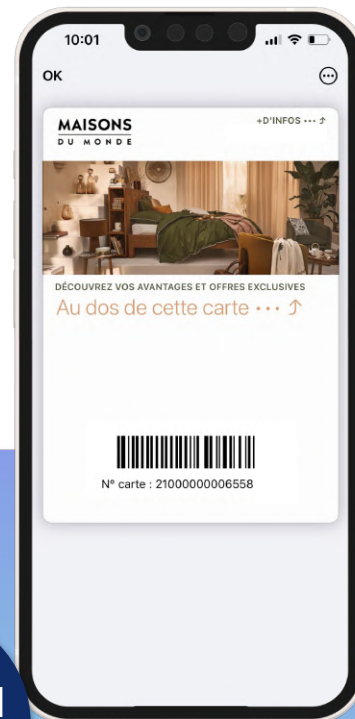
CTA mis en valeur haut

Mise en avant des avantages de la carte

6,39%

De la base clients "wallétisée" suite à 1 seul email

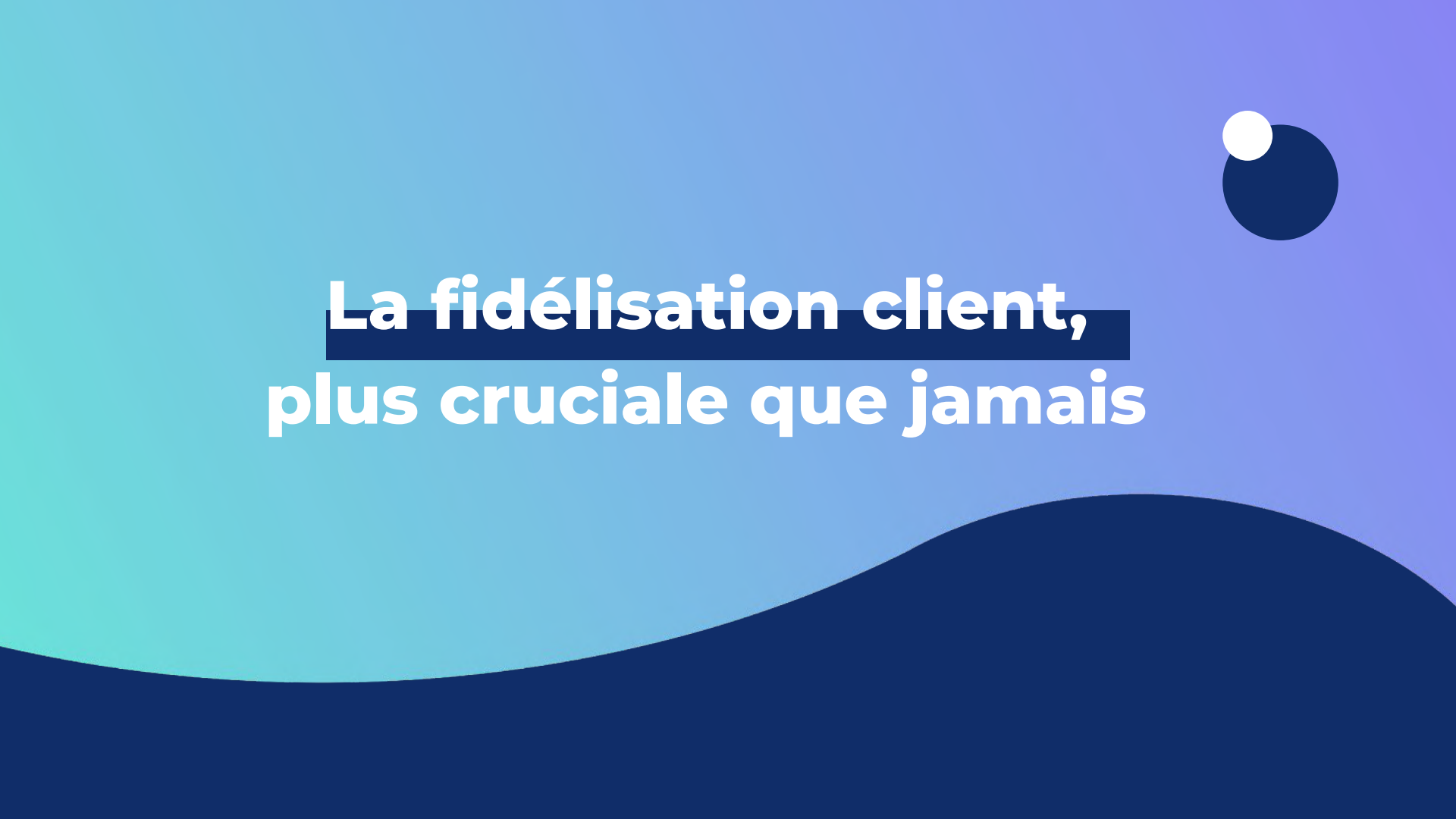
Un record absolu !





Les principaux enjeux en 2025 pour les retailers





**La fidélisation client,
plus cruciale que jamais**

Quelles sont les stratégies les plus efficaces à adopter ?



Personnalisation de l'expérience client



Des programmes de **fidélité attractifs**



Une **promotion omnicanale** et fluidité
du parcours client



Une **communication proactive** et
de l'engagement en temps réel



Réduction des coûts tout en augmentant la fidélité
(réduction des coûts marketing liés aux supports papier)



Contactez-nous

hello@captainwallet.com

RETROUVEZ NOTRE DERNIER LIVRE BLANC

 Captain Wallet
by Brevo



LIVRE BLANC
5 STRATÉGIES WALLET
QUI FONT DOUBLER
VOTRE CA/CLIENT

Télécharger