

## ÉTUDE DE CAS

**RÉACTIVER SES CLIENTS ET BOOSTER LA FIDÉLISATION AVEC LE WALLET MOBILE**





# A PROPOS DE BEST WESTERN FRANCE



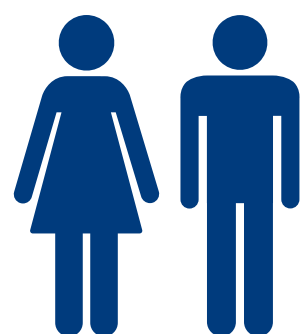
Fondé en 1946, à l'international



1er réseau d'hôtels indépendants en France



4700 hôtels dans le monde dont environ  
300 en France



Une offre hôtelière adaptée à la clientèle  
loisirs et aux professionnels



Best Western®





### Mélanie Le Livec

Directrice Marketing et communication chez Best Western France

« Notre idée de base était le relai simple d'opérations promotionnelles via le wallet mobile, puis la crise sanitaire est arrivée. Nous avons donc basculé notre mode de fonctionnement et notre idée de l'usage du wallet pour répondre à nos objectifs de sortie du 1er confinement. »

- 1 Renforcer la distribution directe sur les canaux Best Western France
- 2 Développer un point de contact digital comme solution de plan de relance
- 3 Relayer efficacement les offres du club de fidélité Best Western Rewards® auprès de nos clients les plus fidèles

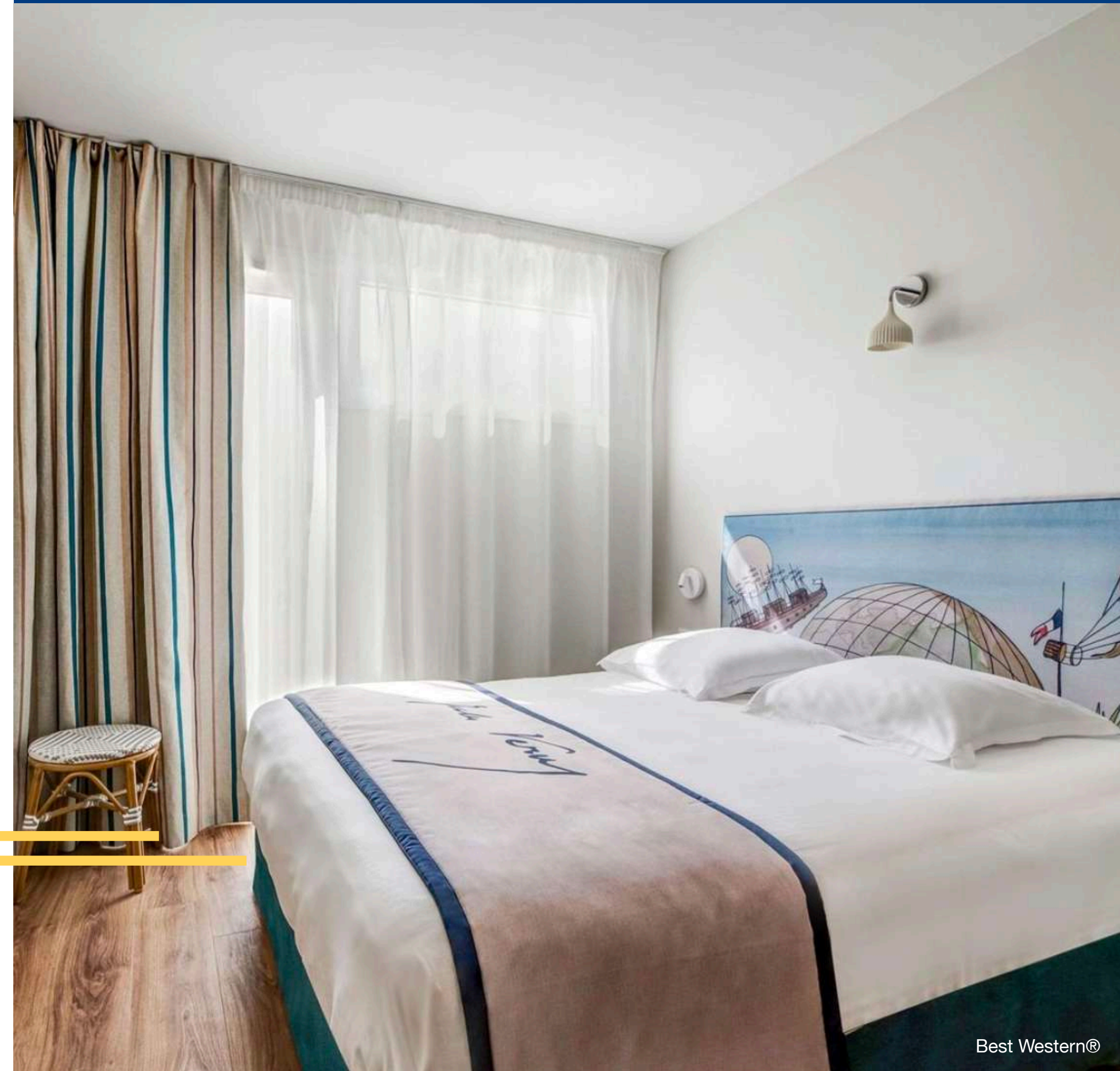
---

---

# COMMENT BEST WESTERN FRANCE UTILISE LE WALLET MOBILE

---

---



Best Western®

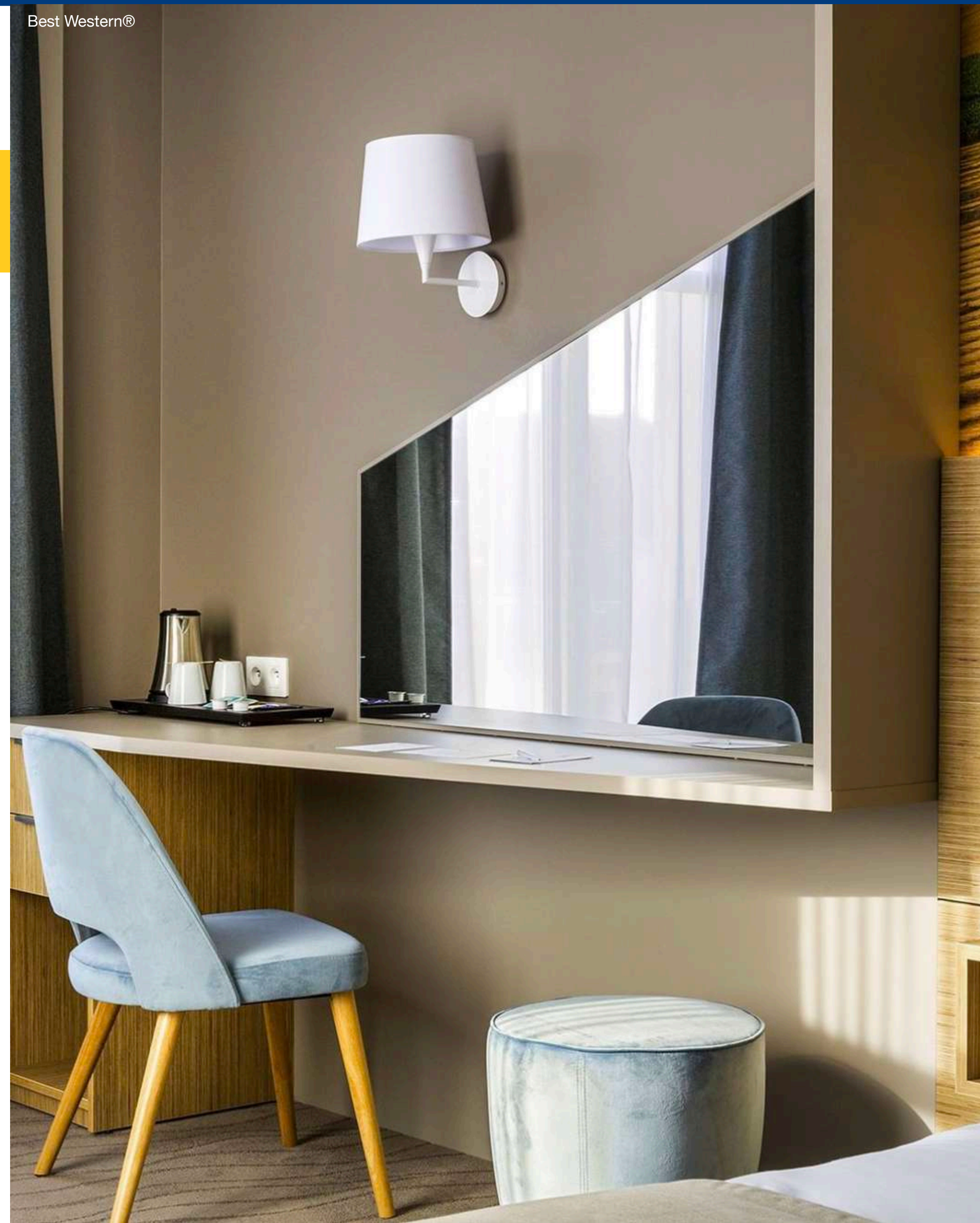


# Le choix du wallet

Comme plan de relance efficace

## Le wallet permet de

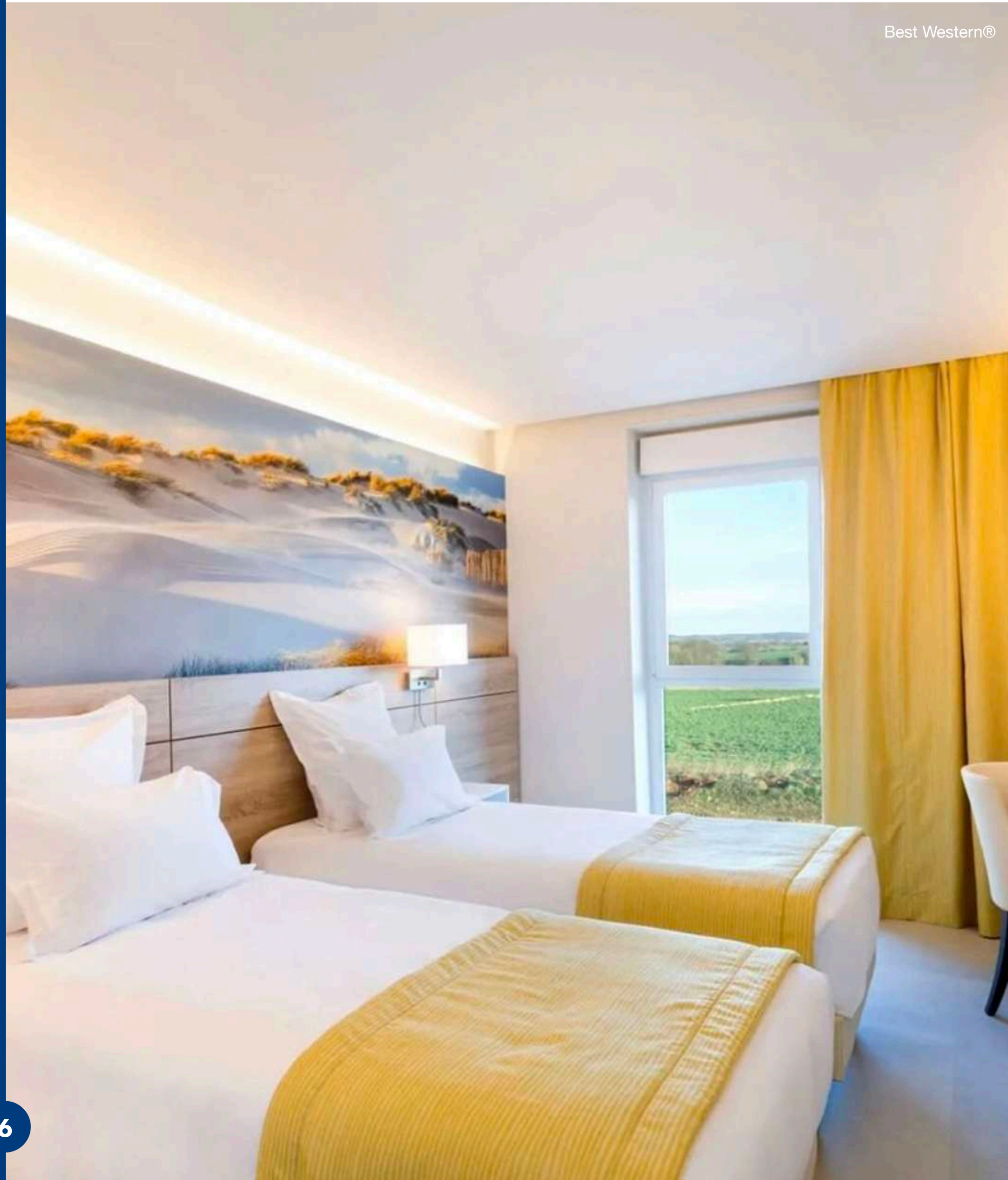
- **Rester dans l'esprit des clients** sans être trop intrusif en envoyant des notifications personnalisées.
- **Inciter à la réservation en direct** sur le site **[bestwestern.fr](https://www.bestwestern.fr)** en relayant les offres du club de fidélité.
- **Développer un point de contact supplémentaire** parmi les canaux traditionnels.





# Le choix du wallet

Comme plan de relance efficace



## Les axes du plan de relance

- **Faire vivre les offres liées au club de fidélité et les relayer** grâce à l'envoi de notifications push.
- **Réactiver les clients inactifs et ceux en risque de churn** : pousser des offres destinées à cette segmentation.
- **Rétention client** : garder les « supers clients », soit ceux qui ont le CA/client le plus élevé.

# COMMENT ÇA MARCHE ?



Le client dématématise sa carte de fidélité via n'importe quel support de communication avec un CTA incitant à l'ajout de la carte wallet



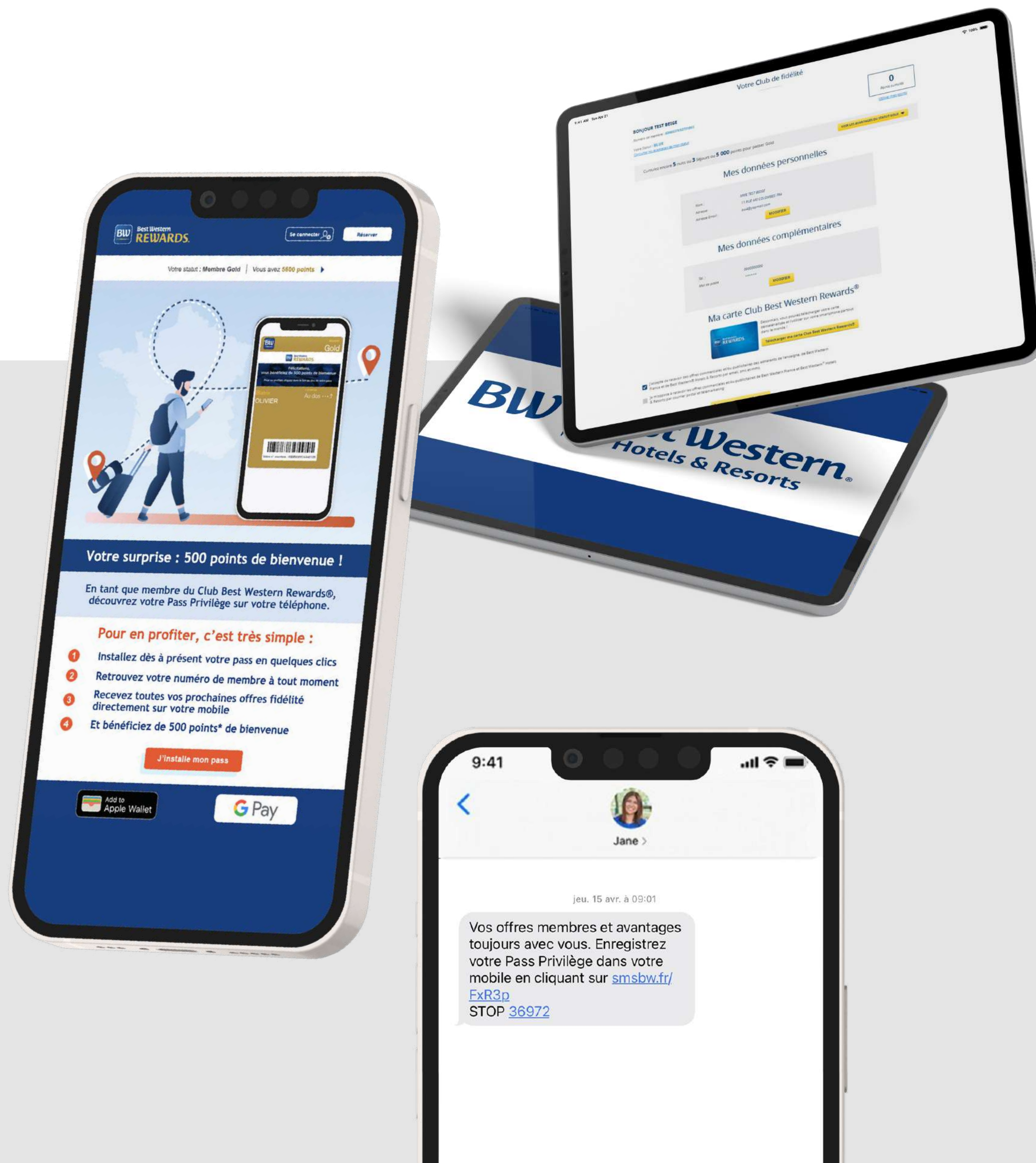
La carte wallet est téléchargée dans le mobile du client



La carte est animée, mise à jour et des notifications personnalisées sont envoyées aux clients



# L'EMBASEMENT



Une étape importante qui vise à **maximiser le nombre de clients wallétisés**. Pour cela, tous les supports de communication peuvent être utilisés. Captain Wallet fournit un lien qui peut être déposé derrière **un bouton ou un QR code**.

## Les leviers de Best Western France

Email de confirmation de réservation sur [bestwestern.fr](https://bestwestern.fr)

SMS dédié

Email dédié

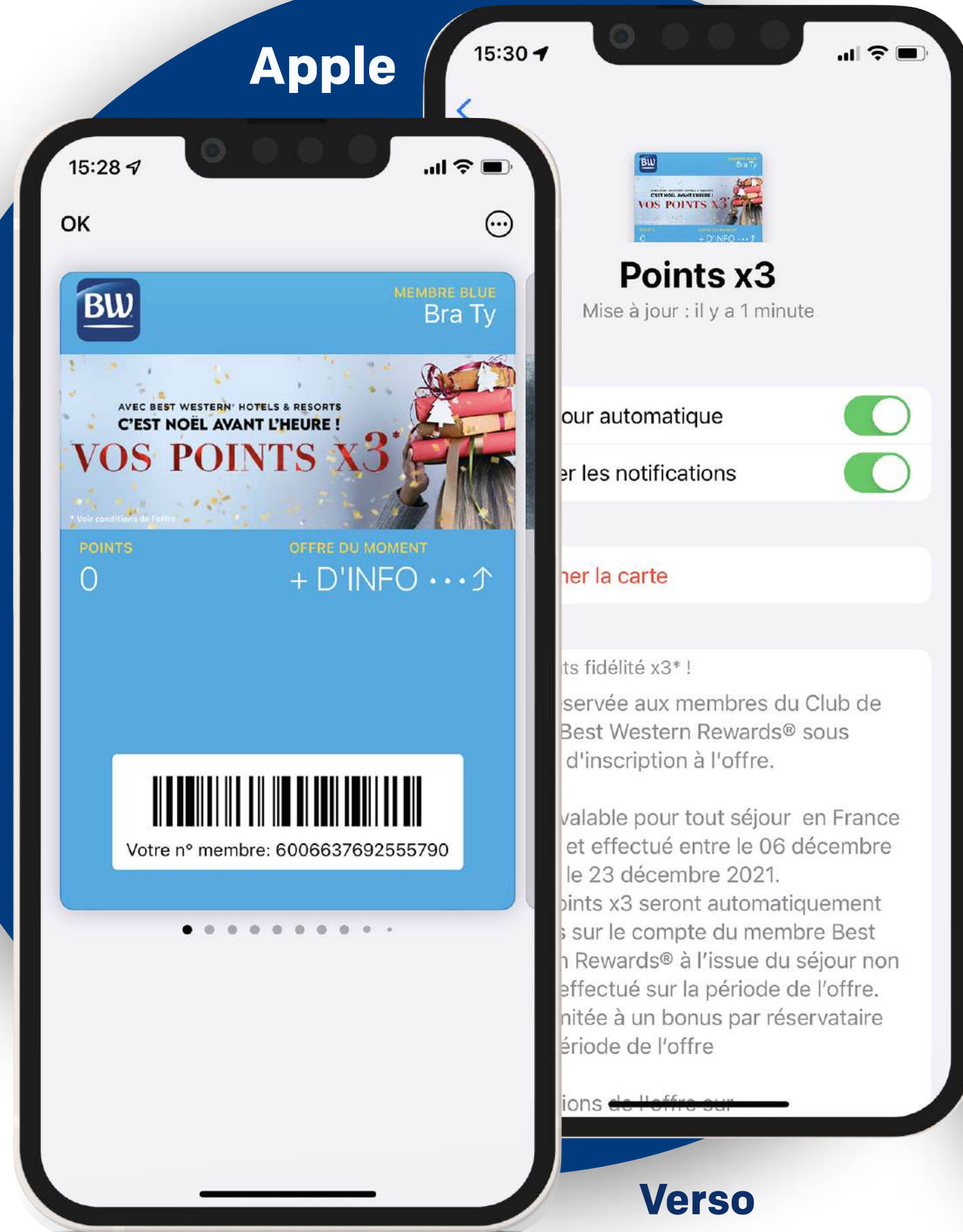
Espace client

Email de remerciement



# L' ANIMATION

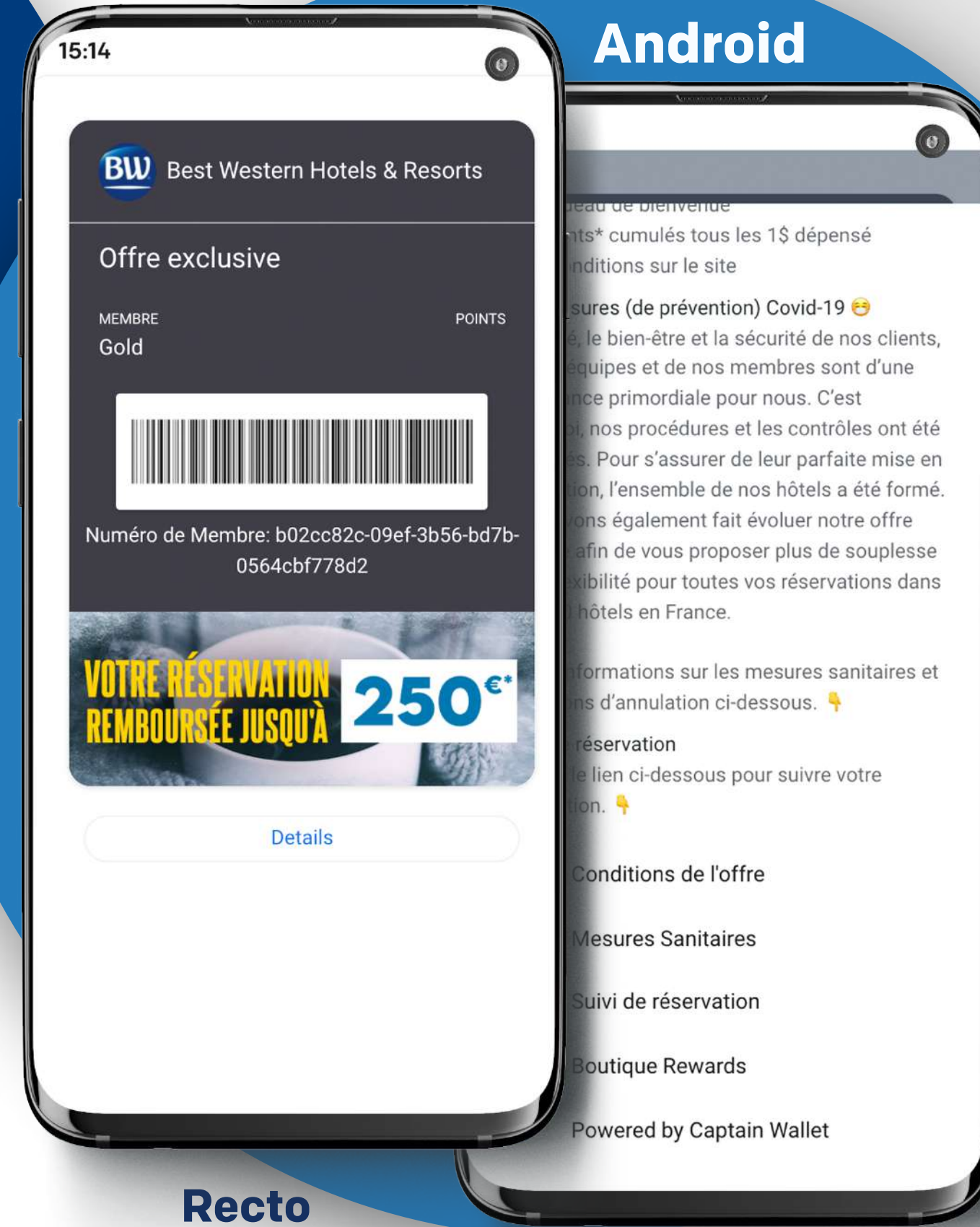
Apple



Recto

Verso

Android



Recto

Verso

**Best Western France propose sa carte de fidélité sur Apple et Android.**

Le groupe hôtelier séquence ses campagnes sur un rythme d'une dizaine de campagnes sur l'année en fonction des opérations promotionnelles.



# ANIMER LA CARTE À TRAVERS LE PROGRAMME STATUTAIRE

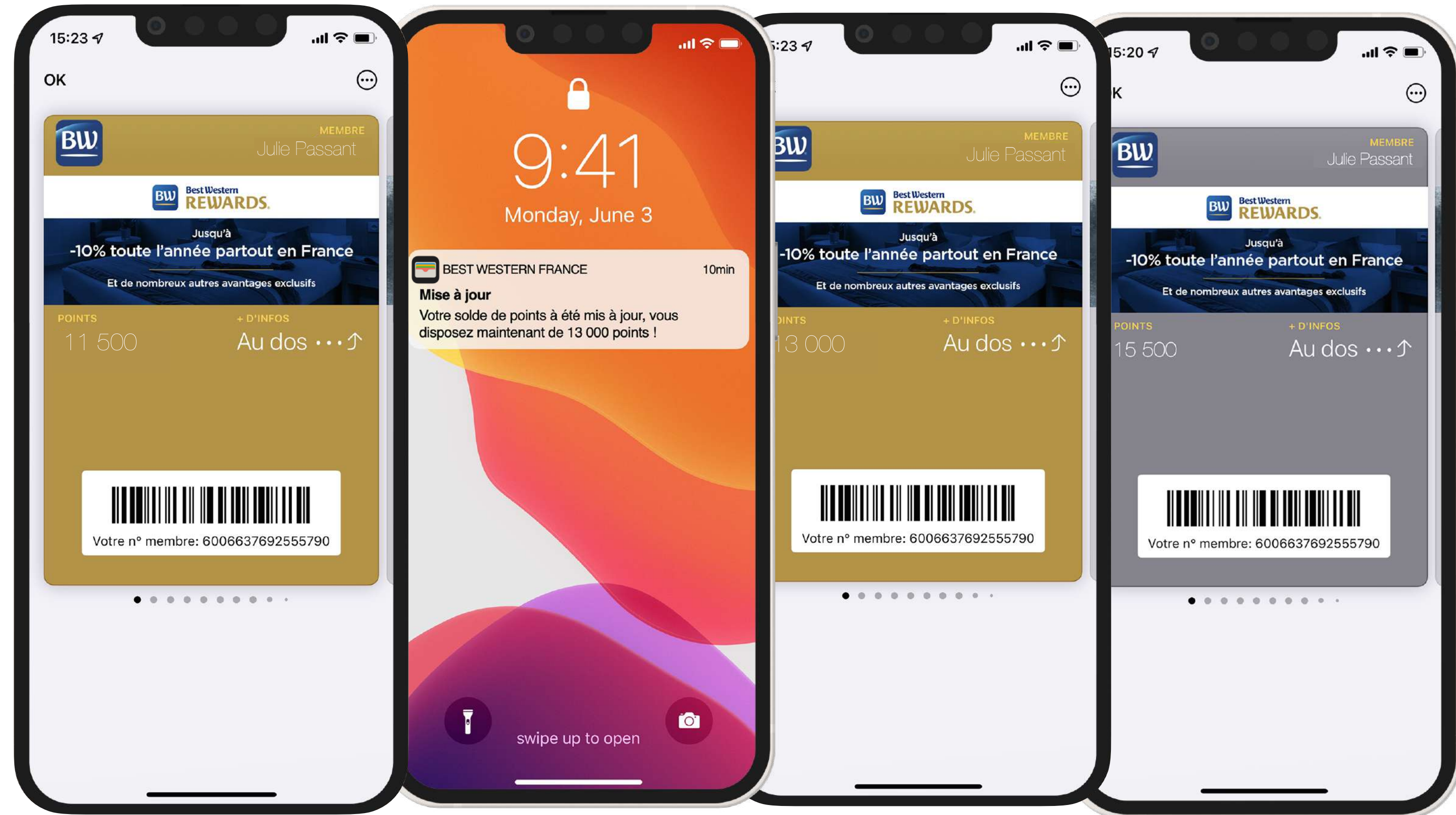


Best Western a décidé d'enrichir le programme avec **des notifications plus « servicielles »** liées au cycle de vie du client.



Le wallet mobile permet de **réduire la pression commerciale** en comparaison aux emails et d'envoyer un message unique.

**L'objectif** : permettre à un maximum de clients de connaître rapidement et efficacement leur nouveau solde de points et autres informations sur leur profil.



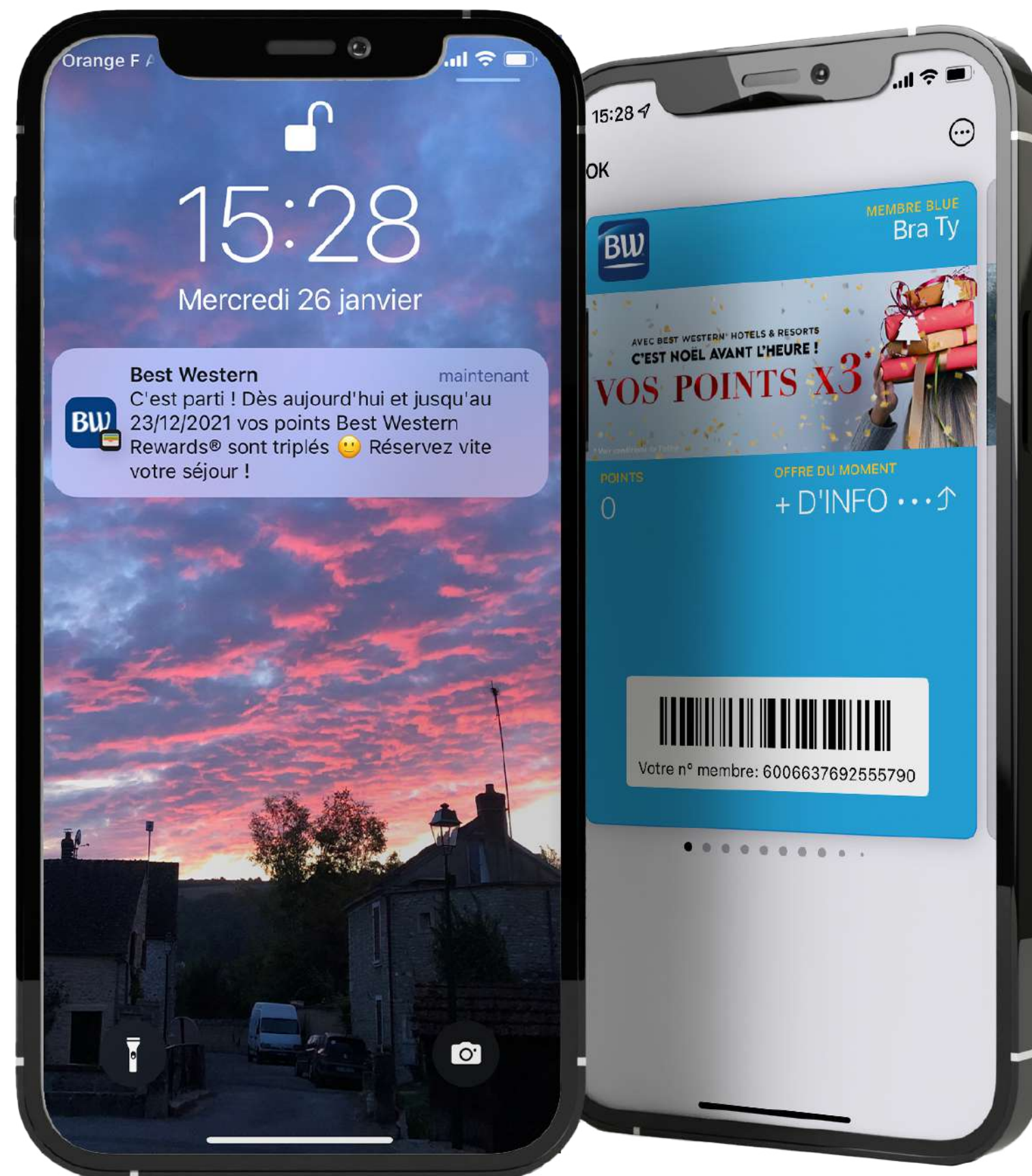
Notification reçue lorsque le client obtient des points

Mise à jour automatique du solde de points

15 000 points atteints : la carte passe en Platinum

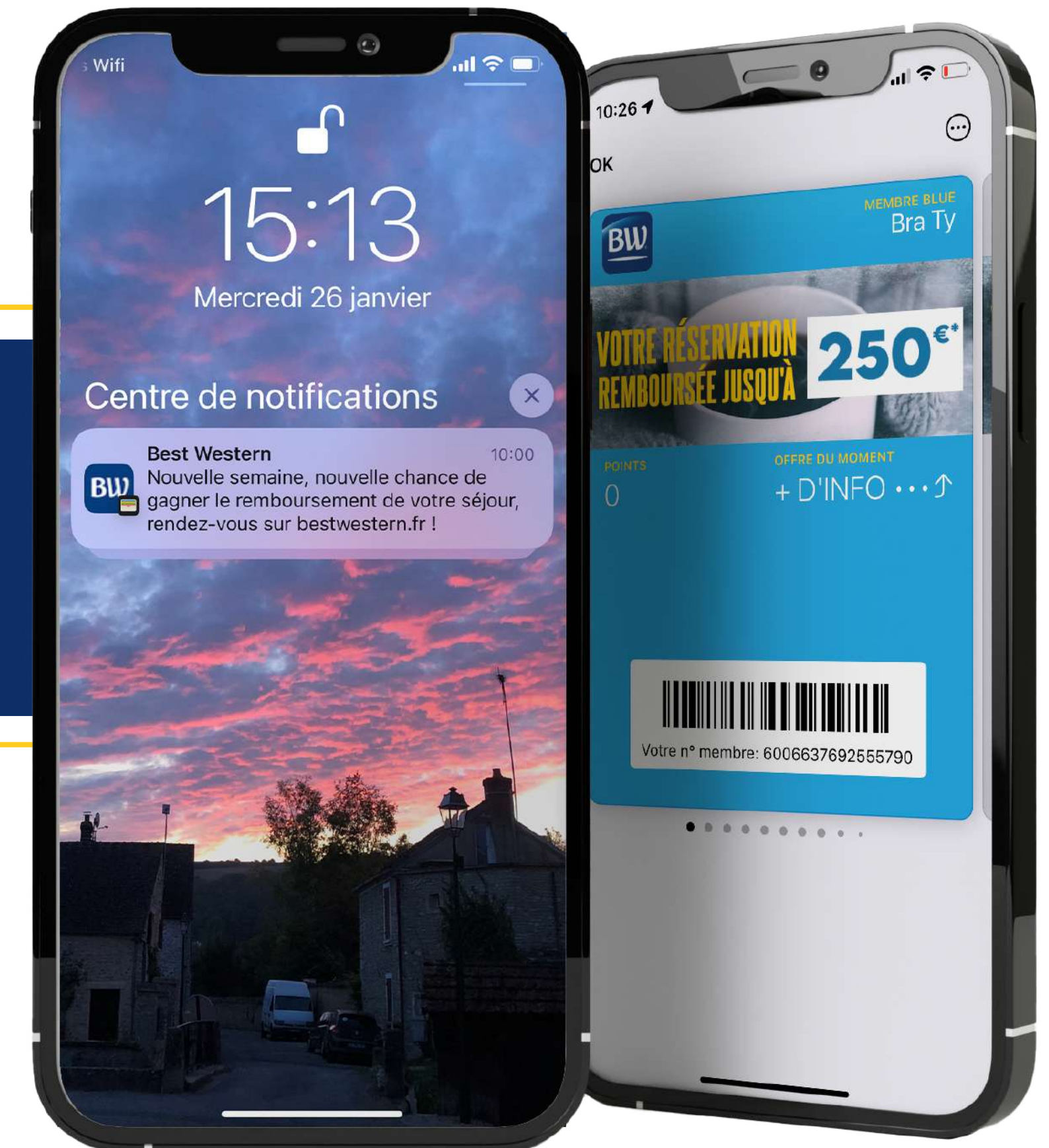


# FAIRE VIVRE LA CARTE DE FIDÉLITÉ À TRAVERS DES OFFRES ET LES RELAYER VIA DES NOTIFICATIONS



Offre avantage

Best Western France se sert du wallet mobile pour communiquer sur ses temps forts et promotions tout au long de l'année. Les communications sont envoyées auprès d'un segment de clients ou à toute la base clients.



Offre remboursement



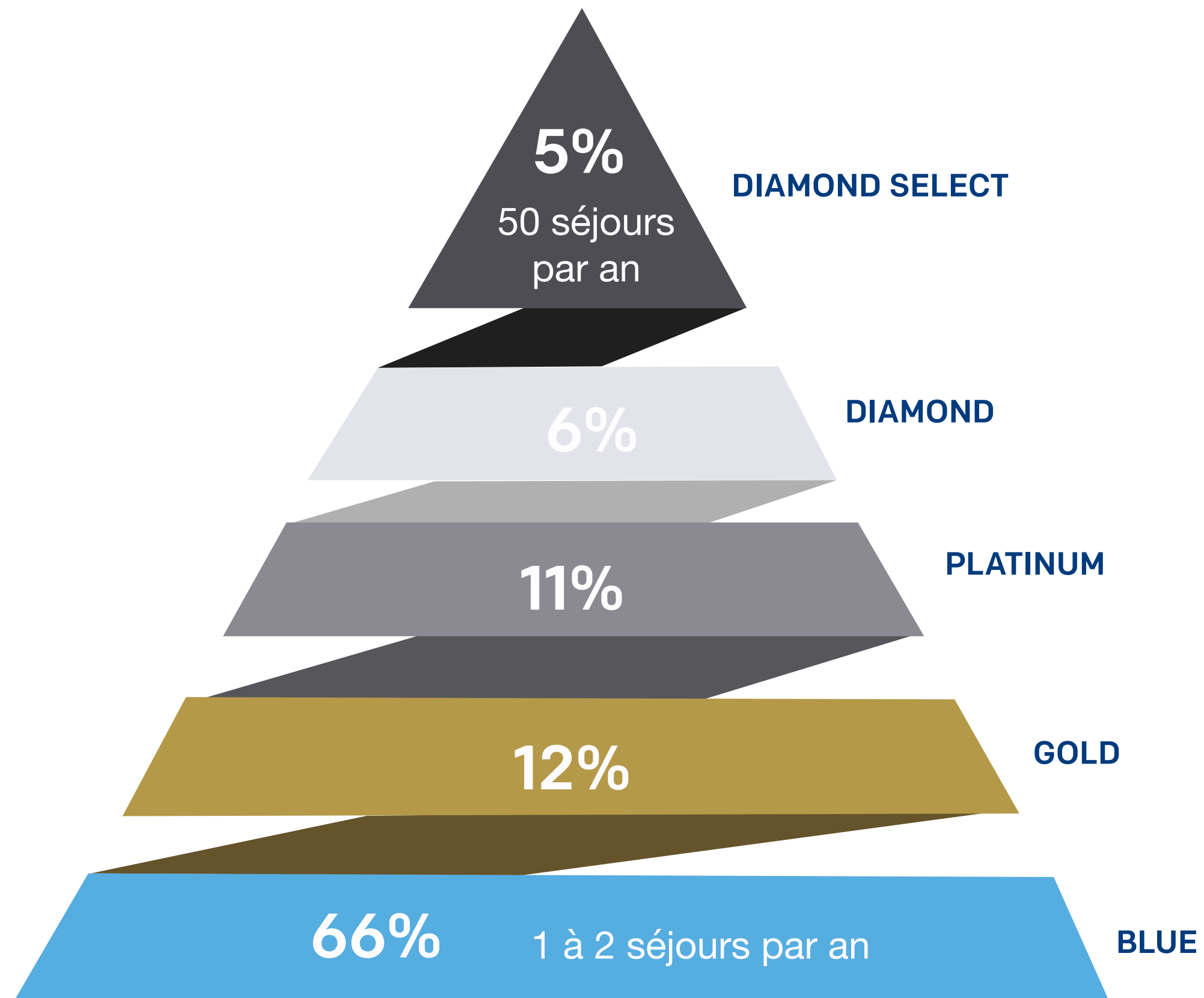


**QUI UTILISE LA CARTE DE FIDÉLITÉ  
BEST WESTERN REWARDS® ?**



# RÉPARTITION DES UTILISATEURS DU WALLET MOBILE PAR STATUT

Les clients ayant le statut Diamond Select représentent une très faible part de la base clients. Avec un taux d'**opt-in wallet de 5%**, ce sont les clients les plus fidèles qui embarquent le plus le wallet dans leur mobile





# LE WALLET : UN CANAL DE COMMUNICATION PRIVILÉGIÉ

Pour les membres des statuts Diamond et Diamond Select

Best Western France privilégie le wallet mobile pour promouvoir ses offres. Le taux de reach est bien plus important que les autres canaux, pour cette segmentation de clients.

*Parmi les membres des statuts Diamond et Diamond Select*

**72%**  
opt-in wallet

**65%**  
opt-in SMS

**43%**  
opt-in email

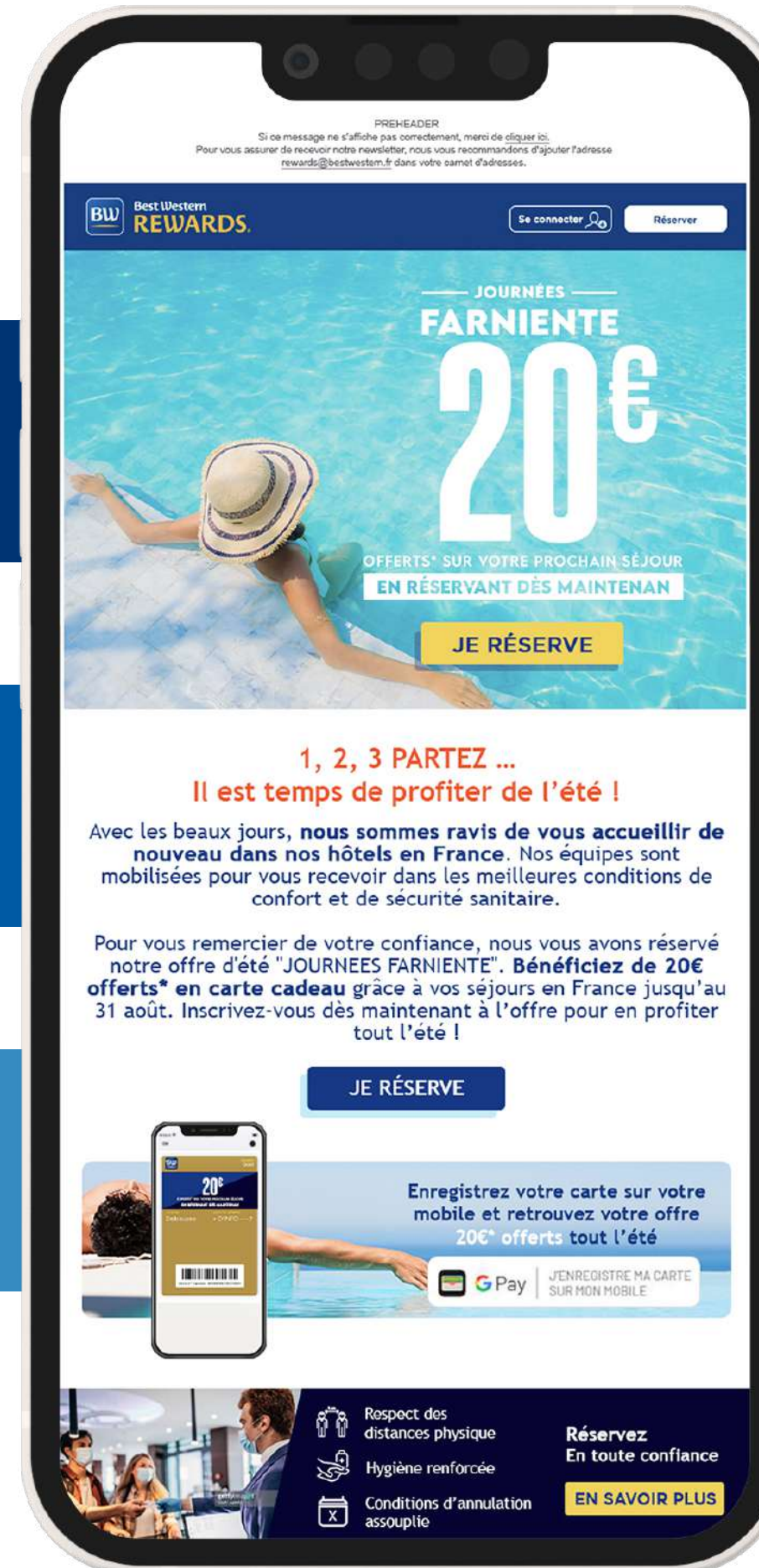


# RÉACTIVATION DES CLIENTS INACTIFS

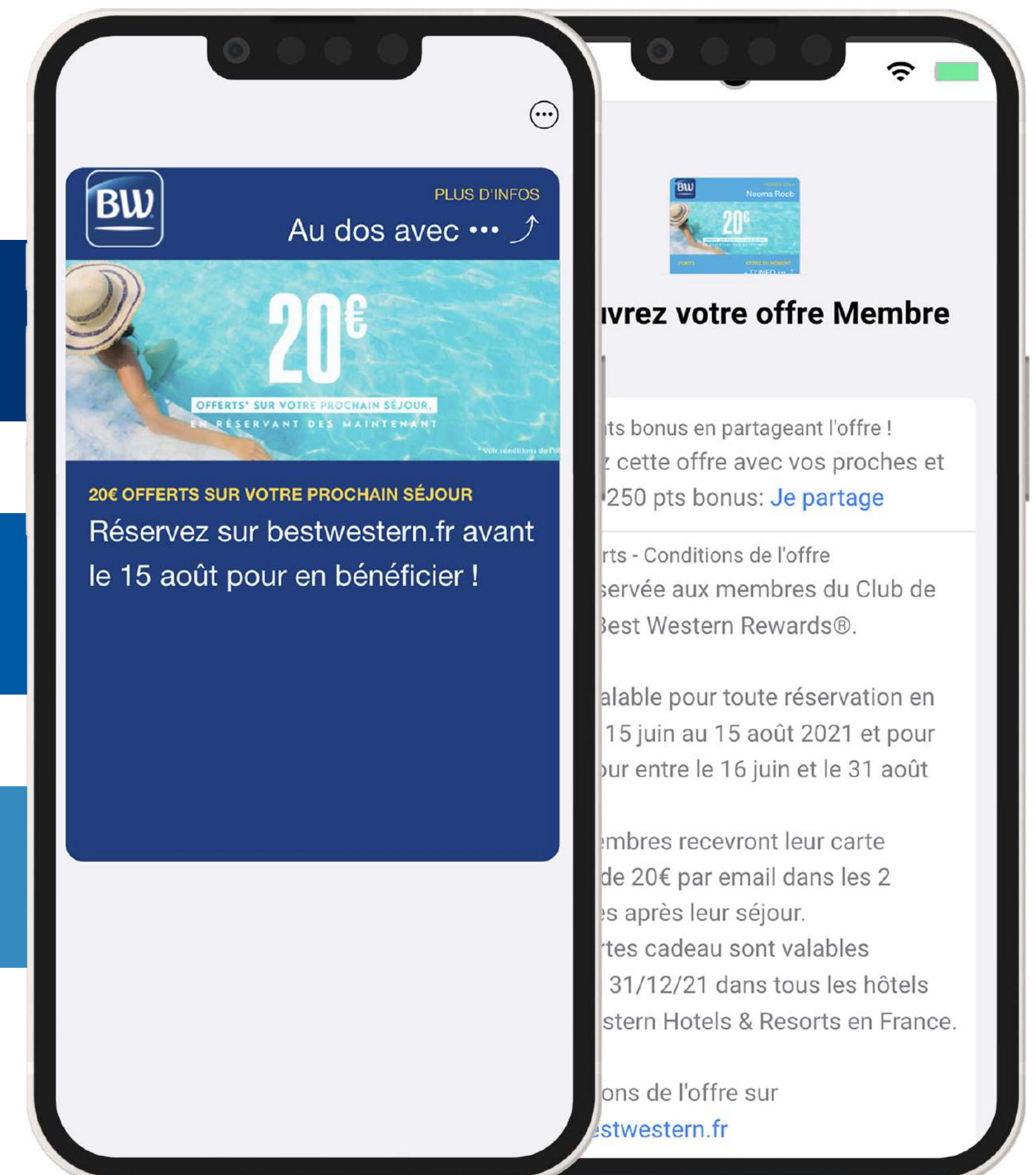
Campagne promotionnelle dédiée à une cible de clients **churners** et **inactifs** depuis 18 mois

**54%** d'entre eux n'avaient pas séjourné chez Best Western France depuis plus de 18 mois

**14%** de ces clients ont effectué un nouvel achat



Email envoyé aux clients inactifs



Offre téléchargée dans le wallet des clients inactifs

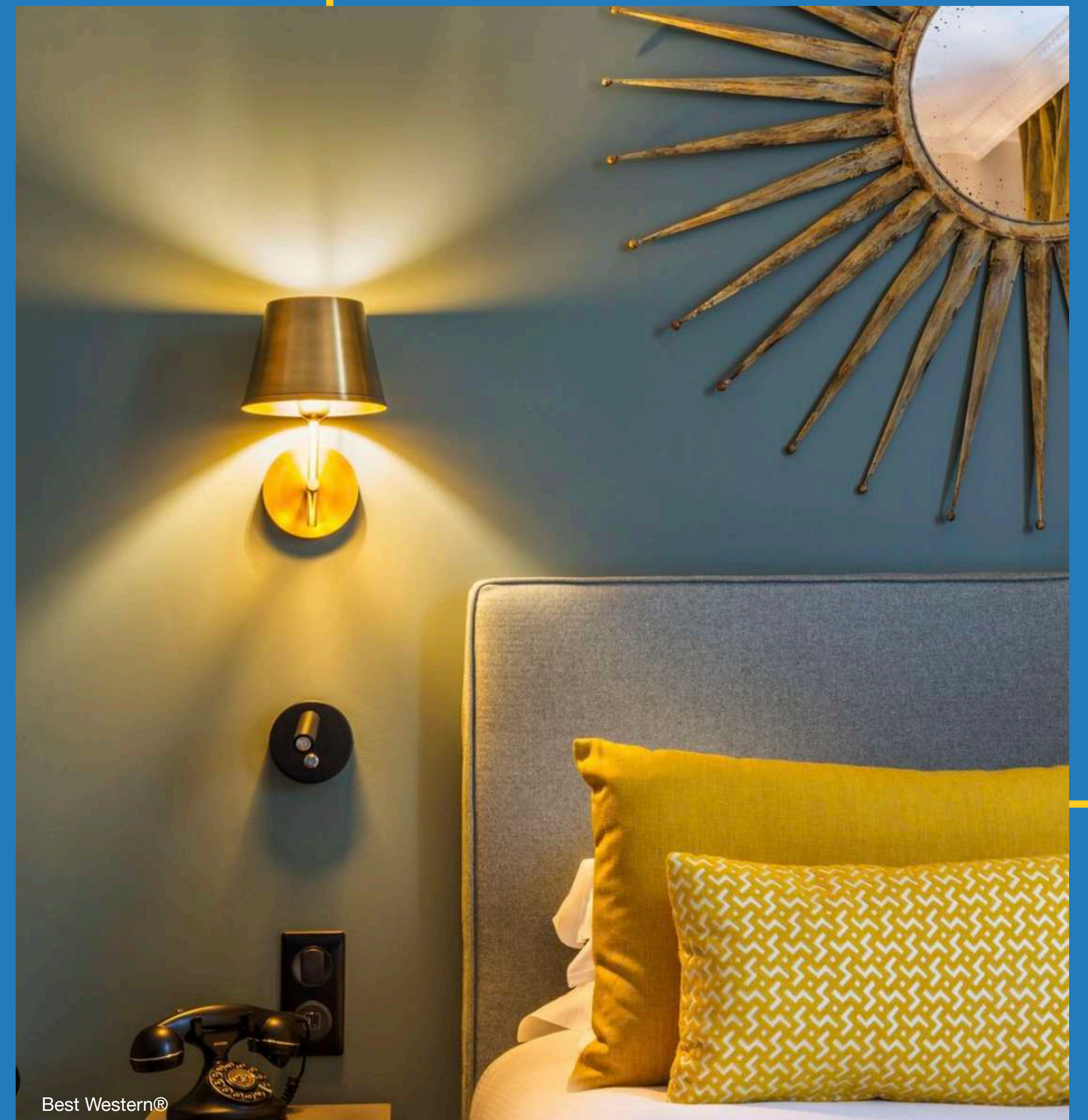


# LE WALLET RÉPOND AUX OBJECTIFS DE BEST WESTERN FRANCE

Un plan de relance efficace drivé par l'envoi régulier d'offres exclusives Best Western Rewards®

Une réactivation des clients réussie grâce à une offre promotionnelle dédiée aux clients inactifs sur wallet mobile

Un canal digital privilégié, notamment pour les « supers clients »





# LES PROCHAINES ÉTAPES

**1** Personnaliser le parcours client, avec une approche plus orientée expérience client

**2** Etablir un lien relationnel plus pérenne dans le temps avec les « supers clients »

**3** Retrouver sa réservation dans son wallet

**4** Pouvoir ouvrir la porte de sa chambre grâce à une mobile key, présente dans le wallet




REVIVEZ NOTRE WEBINAR AUX CÔTÉS DE  
BEST WESTERN FRANCE


**WEBINAR**

**BW** | Best Western.  
Hotels & Resorts

**Le cas Best Western France : réactiver  
ses clients et booster la fidélisation  
avec le wallet mobile**



**Mélanie Le Livec**  
Directrice Marketing & communication  
Chez Best Western France



**RÉACTIVER SES CLIENTS ET BOOSTER LA FIDÉLISATION  
AVEC LE WALLET MOBILE**





*Captain Wallet digitalise vos supports marketing*  
*(Coupon, carte de fidélité, carte tiers payant, invitation etc.)*

dans les Wallet Apple Wallet et Google Pay. Quels que soient vos objectifs (acquisitions, relationnel, service, fidélisation, sans contact etc.), nos experts vous aident à définir et à mettre en place une stratégie Wallet adaptée à votre entreprise.

Aujourd'hui, plus d'une centaine de grandes enseignes françaises et internationales utilisent notre plateforme pour booster leur relation client.

ACCOMPAGNEMENT

PERSONNALISATION

GÉOLOCALISATION

AUTOMATISATION

SEGMENTATION

*Leader et pionnier*

du mobile wallet



Contactez-nous