



ÉTUDE DE **CAS**

*Etam* X 

Les wallets mobile,  
**le nouveau levier ROIste**  
sur mobile.



APPLE  
WALLET



GOOGLE  
PAY

La marque Etam  
qui appartient au groupe  
Etam (Etam, Undiz, et 1.2.3.)  
est un des **leaders**  
dans le marché  
de la lingerie.



**RÉSEAU** : PLUS DE 1370 POINTS  
DE VENTE DANS LE MONDE



**CA** : 961,7 M€



**ETAM.COM**



PLUS DE **4600 COLLABORATEURS**  
DANS LE MONDE

# MÉCANIQUE DU PROGRAMME DE FIDÉLITÉ ETAM

*Etam*  
CONNECT

Un programme de fidélité entièrement **dématérialisé**  
avec **3 statuts** calculés selon le nombre de points cumulés.\*



**FOLLOWER**

**STATUT #1**  
Moins de 100 points



**FAN**

**STATUT #2**  
Dès 100 points



**ADDICT**

**STATUT #3**  
Dès 800 points

\* Hors points acquis par un partage ou un Parrainage

*Etam*

## LES ENJEUX DU WALLET POUR LA MARQUE



Un **nouveau canal de communication** avec le client pour se **différencier** des emails et des SMS.



**Booster le panier moyen** sur les offres promotionnelles et la fidélité.



**Renforcer la dématérialisation** au coeur du programme de fidélité Etam.



*Etam*



# LA MÉCANIQUE DU **WALLET** POUR ETAM

*Etam*

# L'ADHÉRENT ACCÈDE À SA CARTE DEPUIS N'IMPORTE QUEL POINT DE CONTACT

1



## Newsletter

La cliente peut sauvegarder sa carte directement depuis les Newsletters.

2



## Email dédié

Le mail dédié fait partie intégrante des emails triggers liés au programme Etam Connect.

3



## Site mobile

La cliente peut récupérer sa carte depuis le site mobile sur son compte dans la rubrique Etam Connect.

Etam

# UNE RÉVOLUTION DANS LA COMMUNICATION ET LA PERSONNALISATION DU PROGRAMME DE FIDÉLITÉ



En cliquant sur **Ajouter**, la carte s'enregistre directement dans le smartphone.



Toutes les informations liées aux **avantages** fidélité sont disponibles sur la carte.



Après chaque passage en caisse, **Etam** notifie la cliente de son nouveau solde de points.



La même carte s'actualise avec le nouveau solde de points.

Etam

# LE WALLET UN LEVIER POUR ACCROÎTRE LA VALEUR DU PANIER MOYEN SUR LES OFFRES

L'actualisation des offres sur la carte de fidélité accompagnée de l'envoi de notifications push permet à Etam d'augmenter la valeur cliente et de booster également la fréquence d'achat de ses clientes.



La cliente est informée d'une nouvelle offre via notification push.



La carte de fidélité s'actualise avec le contenu de l'offre.



Avant la fin de l'offre, Etam relance ses clientes via notification push.

Etam



**UN INCRÉMENT  
NET SUR  
LA VALEUR  
CLIENT POUR  
LA FIDÉLITÉ  
& LES OFFRES**

*Etam*

## L'IMPACT DU WALLET SUR LE PROGRAMME FIDÉLITÉ

La fidélité concerne l'ensemble des activités de la cliente ayant adhéré au programme Etam Connect sur les 12 derniers mois.

**43€**

Les porteuses du wallet  
dépendent en moyenne  
43€ de plus par rapport  
aux adhérentes n'ayant  
pas leur carte dans le wallet.



**+32%**

de Fréquence d'achat pour  
les clientes ayant leur carte  
de fidélité enregistrée  
dans leur wallet.

Etam

## L'IMPACT DU WALLET SUR LES OFFRES

Le wallet impacte également les offres promotionnelles qui sont véhiculées sur la carte wallet.



**+8,7%**

**d'augmentation du panier moyen** sur une offre sur le web.

**+6,4%**

**d'augmentation de la valeur cliente** en moyenne (magasin et web).

*Etam*

## L'IMPACT POUR LA MARQUE



“ Un engagement beaucoup plus fort au programme de fidélité

La part des adhérentes wallets dans le statut Fan (2<sup>e</sup> statut de la marque) est de **12 POINTS SUPÉRIEUR** par rapport aux adhérentes non wallétisées.



“ Recrutement d'une nouvelle génération de clientes plus jeunes

La moyenne d'âge des clientes sur le wallet est de 26 ans, **CE QUI PERMET DE FIDÉLISER UNE POPULATION BIEN PLUS JEUNE.**



“ Répondre à une demande consommateur

**75% DES CLIENTES** ayant cliqué sur le CTA **ONT AJOUTÉ LEUR CARTE AU WALLET.**



*La technologie du wallet est un vrai bénéfice:*

*Pour la cliente* d'une part puisqu'elle a accès en un seul clic à sa carte dématérialisée ainsi qu'à ses offres exclusives, sans avoir la contrainte de se connecter à un compte ou à une application.

*Pour nos équipes* d'autre part, qui bénéficient d'un véritable gain de temps en identifiant facilement la cliente.

Ce nouveau canal de communication nous *permet d'envoyer des messages par un biais différent* des emails et sms habituels.

Il est important de noter que *que la valeur cliente des porteuses de wallet est plus importante que les autres*. Généraliser son utilisation pourrait donc représenter un levier de croissance non négligeable.

---

**Inès de Champroux**  
Responsable CRM.

**Etam**