



JULES &



Captain Wallet

Étude de cas

La carte wallet

A propos de **JULES**

Créée en
1994

470
magasins en France

73
magasins à l'étranger

Une **success story**
à la française

Les valeurs de **JULES**

”

Engagé

Facile

Vibrant



Les objectifs

Avoir un **support de communication** pour relayer les offres liées au Club

Prendre le relais suite au lancement du **nouveau programme de fidélité**

Avoir un **canal relationnel** ayant un impact sur le **CA**, en plus des canaux déjà exploités

Faire du wallet un **levier de la stratégie omnicanale**

Relayer les offres d'animation commerciale



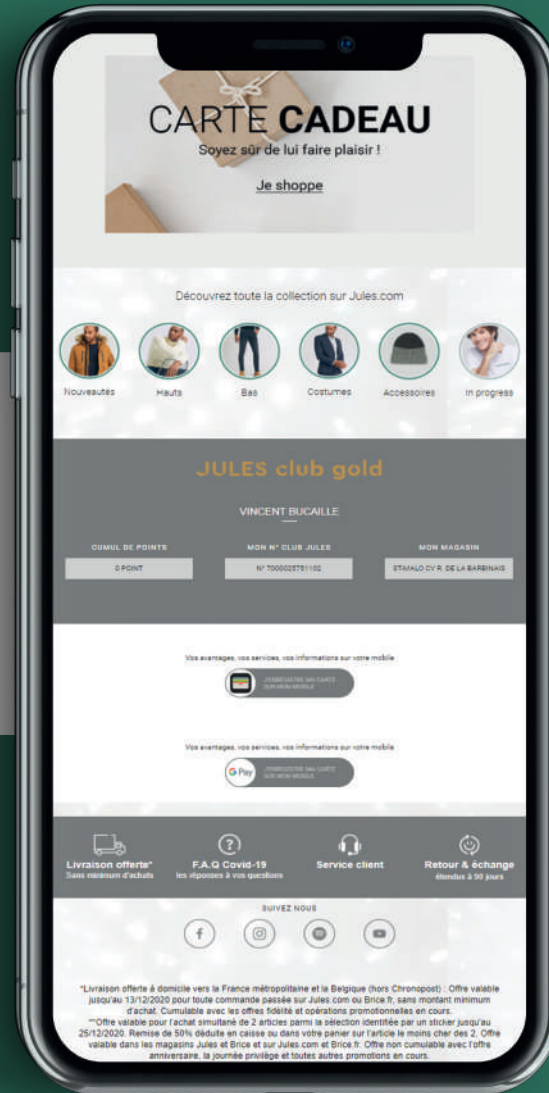
” En étant une marque de prêt à porter, ça nous semblait malin d’être toujours dans la poche du client



Comment **JULES**
utilise le wallet ?

Comment ça marche ?

1



Un CTA incitant à l'ajout de la carte dans le wallet est positionné sur l'ensemble des communications

2



La carte est téléchargée dans le wallet du client

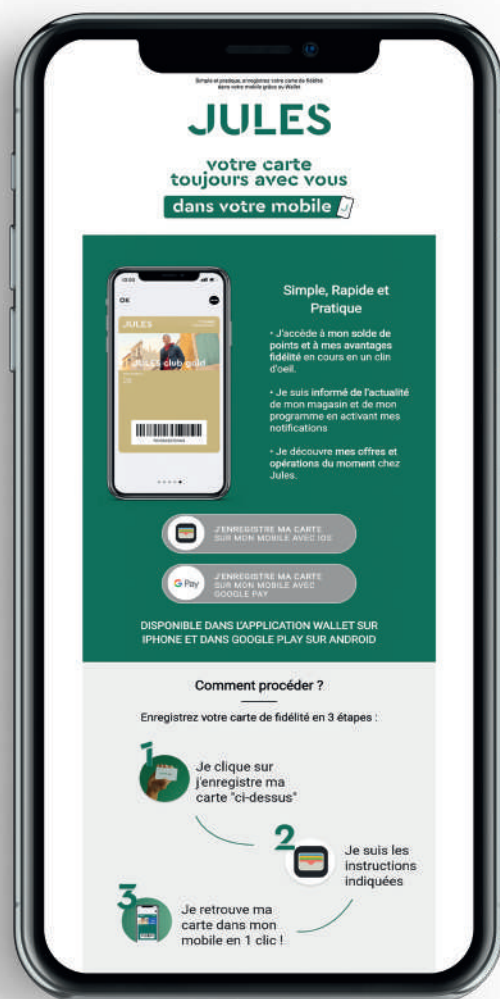
3



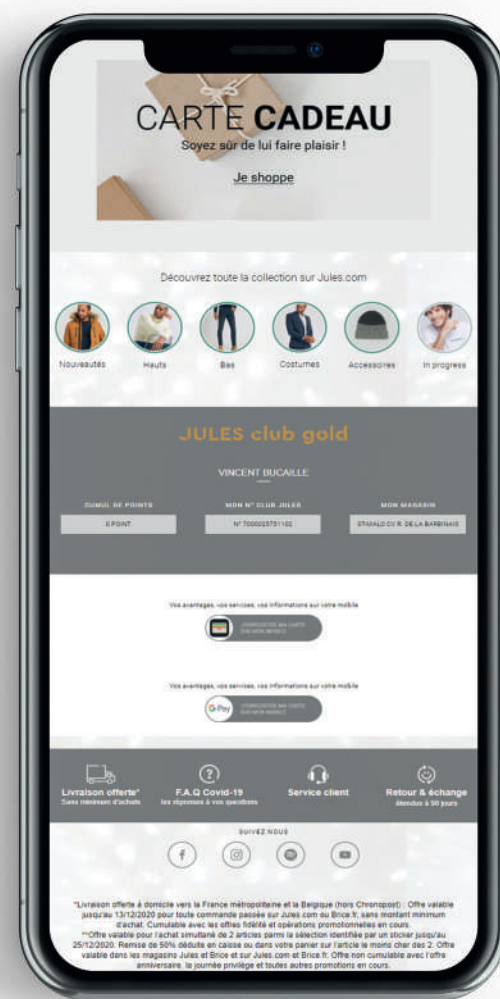
Le client reçoit par la suite des notifications push : temps forts, promotions, etc.

1

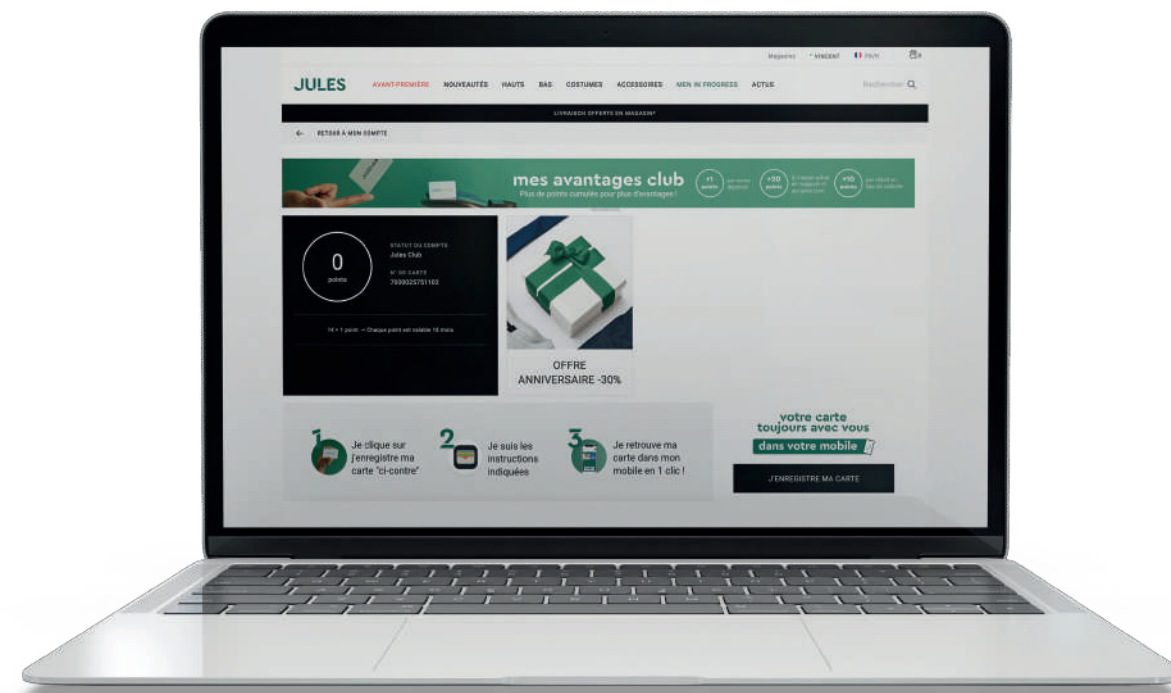
Le client récupère sa carte depuis plusieurs points de contact



Mail dédié au wallet



Encart dans le footer de toutes les newsletters



Encart sur le site web, dans l'espace personnel

1

Wallétiser ses meilleurs clients via SMS/RCS

RCS



SMS

Téléchargez votre carte Club sur votre mobile et retrouvez vos avantages. En plus, c'est les soldes ! RDV sur <http://jules.website/rVlvZ76> Voir cond.Stop [36200](#)

394.000
SMS/RCS envoyés

+ de 6200
clients wallétisés

L'opération booste le recrutement sur le wallet : **x2** par rapport au dernier email dédié

Un taux d'ouverture sur le RCS **supérieur aux moyennes** observées sur le marché (76% pour Jules vs 65% sur le marché)

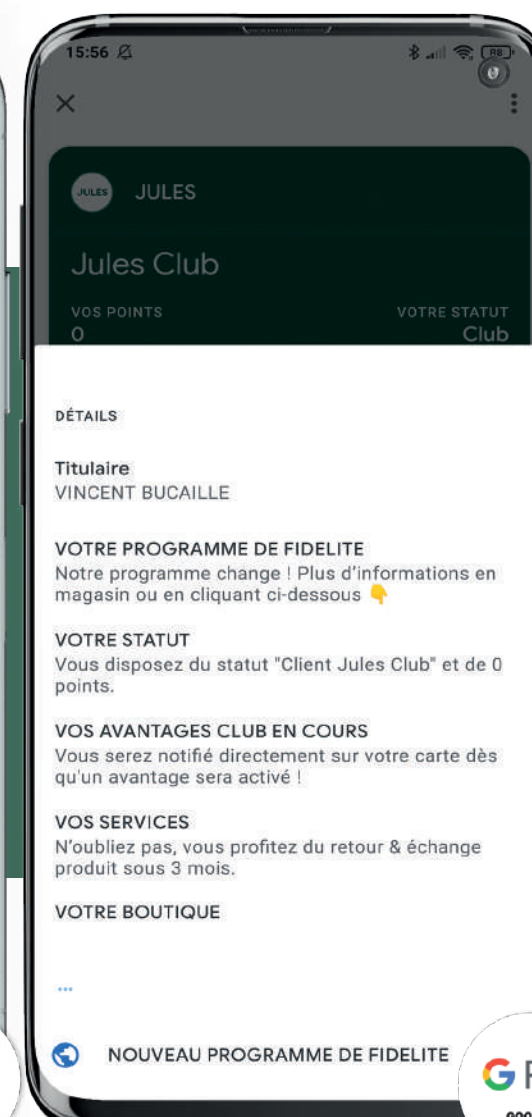
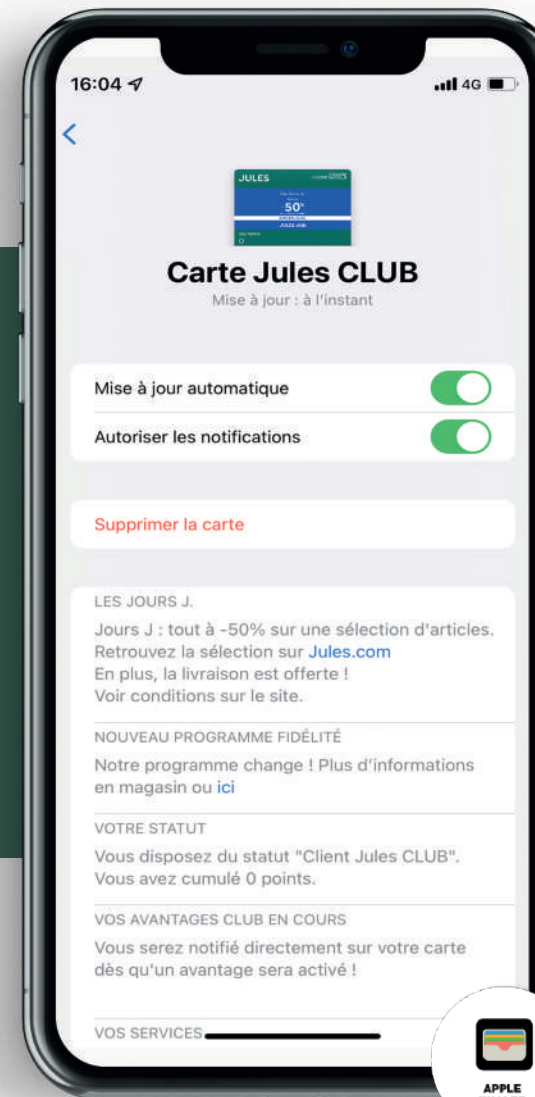
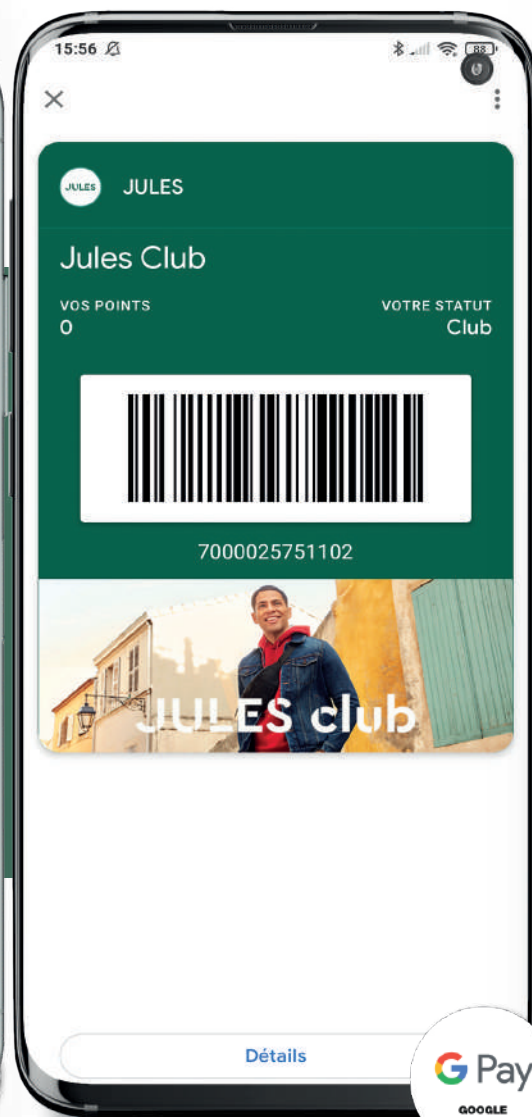
1 Wallétiser ses clients en magasin grâce à l'application Butler de Jules

Butler, l'application interne pour les vendeurs en magasin



2 La carte wallet est téléchargée dans le mobile du client

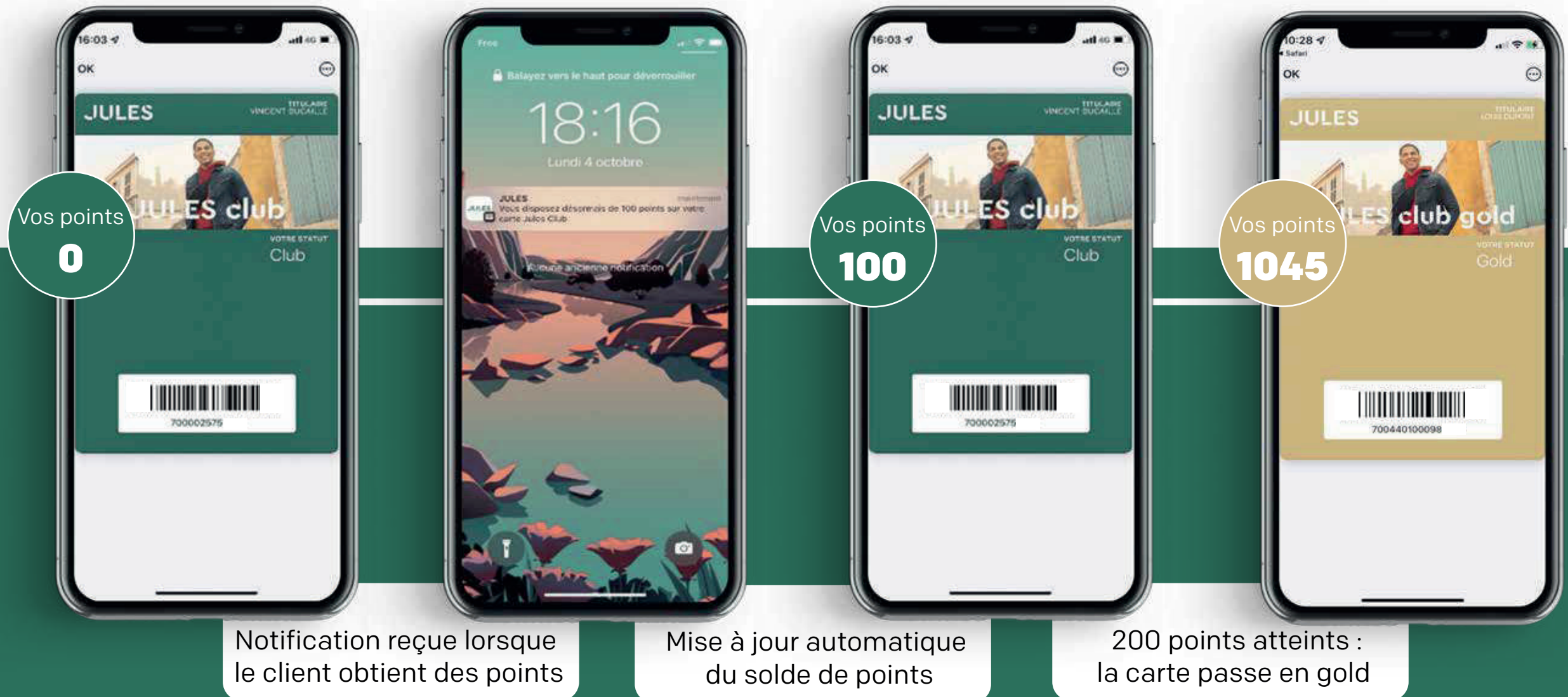
informations
personnelles
du client



informations
ajoutées
par la marque



3 La carte évolue en fonction du statut du client



3 Faire vivre la carte de fidélité à travers des temps forts et des notifications associées

Jours J



3 Faire vivre la carte de fidélité à travers des temps forts et des notifications associées

Soldes été



3 Faire vivre la carte de fidélité à travers des temps forts et des notifications associées

Avant-première





Comment **JULES**
a mis en place le wallet ?

Les débuts du wallet chez Jules jusqu'à aujourd'hui

J
U
N

29 mai 2020

Lancement du
wallet en footer
des emails



Octobre 2020

Nouveau programme
de fidélité

Avril 2021

2ème email
dédié



3 août 2020

1er email
dédié



Novembre 2020

Premières campagnes
avec parcours
de notifications

Mars 2021

Déploiement complet
sur triggers fidélité

Les débuts du wallet chez Jules jusqu'à aujourd'hui

Juin 2021

Mise en avant
sur le site



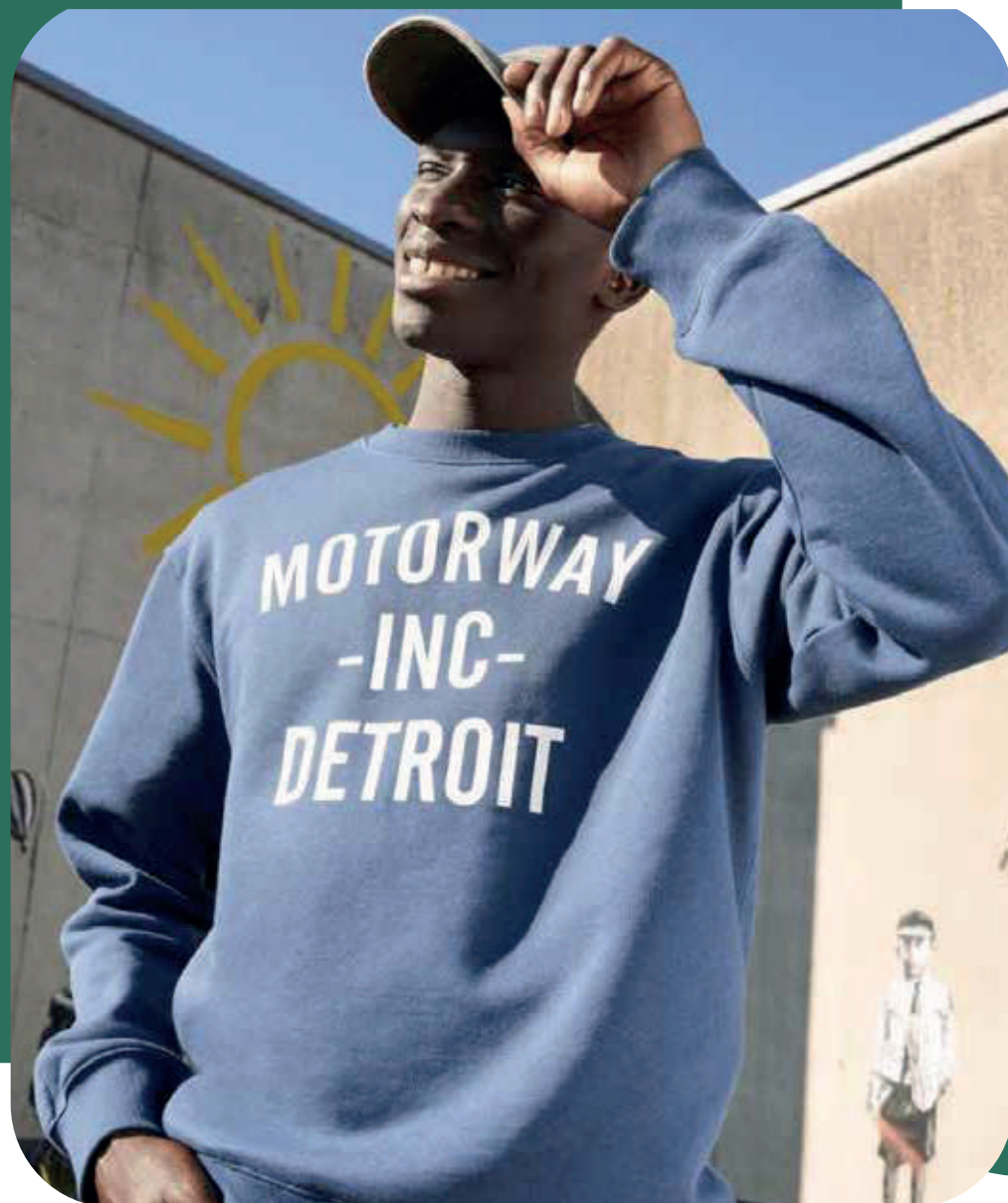
Juillet 2021
Campagne
de recrutement
SMS / RCS



Août 2021
Lancement sur
Butler



Novembre 2021
Lancement de la
1ère opération
commerciale
de recrutement



Quel bilan pour
le wallet chez **JULES** ?

Les résultats



+72% de **fréquence d'achat** pour les clients actifs wallétisés

+15% de dépenses sur le **panier moyen** pour les clients actifs

Une solution omnicanale : certains clients achètent autant sur le web qu'en magasin

L'impact du wallet sur la typologie de clients

+32%

de CA annuel moyen depuis le lancement
du wallet pour les clients actifs wallétisés
dits "**réguliers**" par rapport
aux non wallétisés

+41%

de CA annuel moyen depuis le lancement
du wallet pour les clients actifs wallétisés
dits "**occasionnels**" par rapport
aux non wallétisés

Le choix du Wallet

Pourquoi Jules a choisi le wallet et non un autre canal ?

Un support
dématérialisé du
programme pour
soutenir ses
avantages

Un **nouveau canal**
de communication

Pas d'application
centre de coût élevé
avec ROI difficile à atteindre

Un nouveau **canal**
de proximité avec
le client



Citation



***LE WALLET VIENT EN SUPPORT DU PROGRAMME DE FIDÉLITÉ ET
EST UN RÉEL BOOSTER DE LA STRATÉGIE DE MARQUE, LA
STRATÉGIE COMMERCIALE ET LES TEMPS FORTS.***

Laura Assedou Cheffe de projet animation commerciale & CRM chez Jules

L'expérience de Jules en vidéo



Comment Jules booste de 72% la fréquence d'achat de ses clients actifs sur le mobile wallet ?

Voir le replay

Leader et pionnier
du mobile wallet



Demandez une démo



Contactez-nous



Captain Wallet

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.

PERSONNALISATION —

ACCOMPAGNEMENT —

SEGMENTATION —

AUTOMATISATION —

GÉOLOCALISATION —