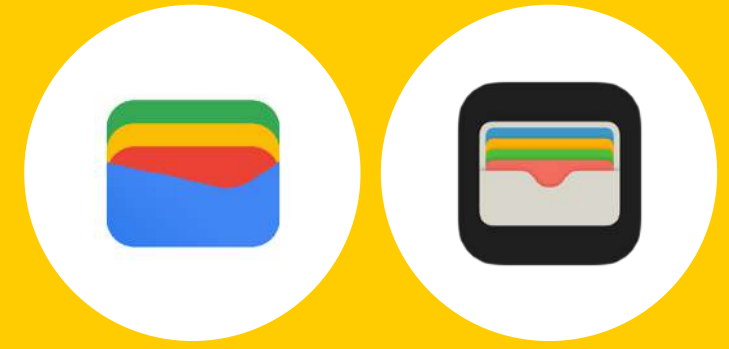


L'OCCITANE
EN PROVENCE

X



Captain Wallet



**Comment le wallet permet à
L'Occitane (UK et IRL) de booster
de +25% le panier moyen de
ses clients opt-in wallet ?**



A propos de L'Occitane

Le Groupe L'OCCITANE est un détaillant de produits de bien-être cosmétique à base d'ingrédients naturels et biologiques.

8 marques

Présence mondiale dans 90 pays

3 068 points de vente, dont 1 490 boutiques directement gérées par le Groupe

Plus de 9 000 salarié.e.s

13% de croissance en données comparables



A propos de L'Occitane

Une marque française qui s'inspire de la nature provençale



Fondée en 1976



Travaille en direct avec **130 agriculteurs français et 10.000 cueilleurs**, des champs d'Immortelles de Corse aux champs de Lavande de Provence



La traçabilité des ingrédients, la durabilité, l'éthique et la qualité sont les piliers des valeurs de L'Occitane



S'appuie sur des valeurs simples et des engagements forts :

Le soutien auprès des producteurs

Le respect de la biodiversité

La réduction des déchets

La promotion de l'entrepreneuriat féminin, notamment au Burkina Faso

Les objectifs de L'Occitane

**Booster la rétention client en
poussant les clients à effectuer
un 2ème achat**

**Travailler la réactivation client
grâce à des offres
promotionnelles ciblées**

**Délivrer une expérience
omnicanale fluide**

Le choix du wallet

L'Occitane cherchait un nouveau moyen de communication capable **d'envoyer des push notifications** à ses clients, sans avoir besoin d'une application.

Ce canal permet de :

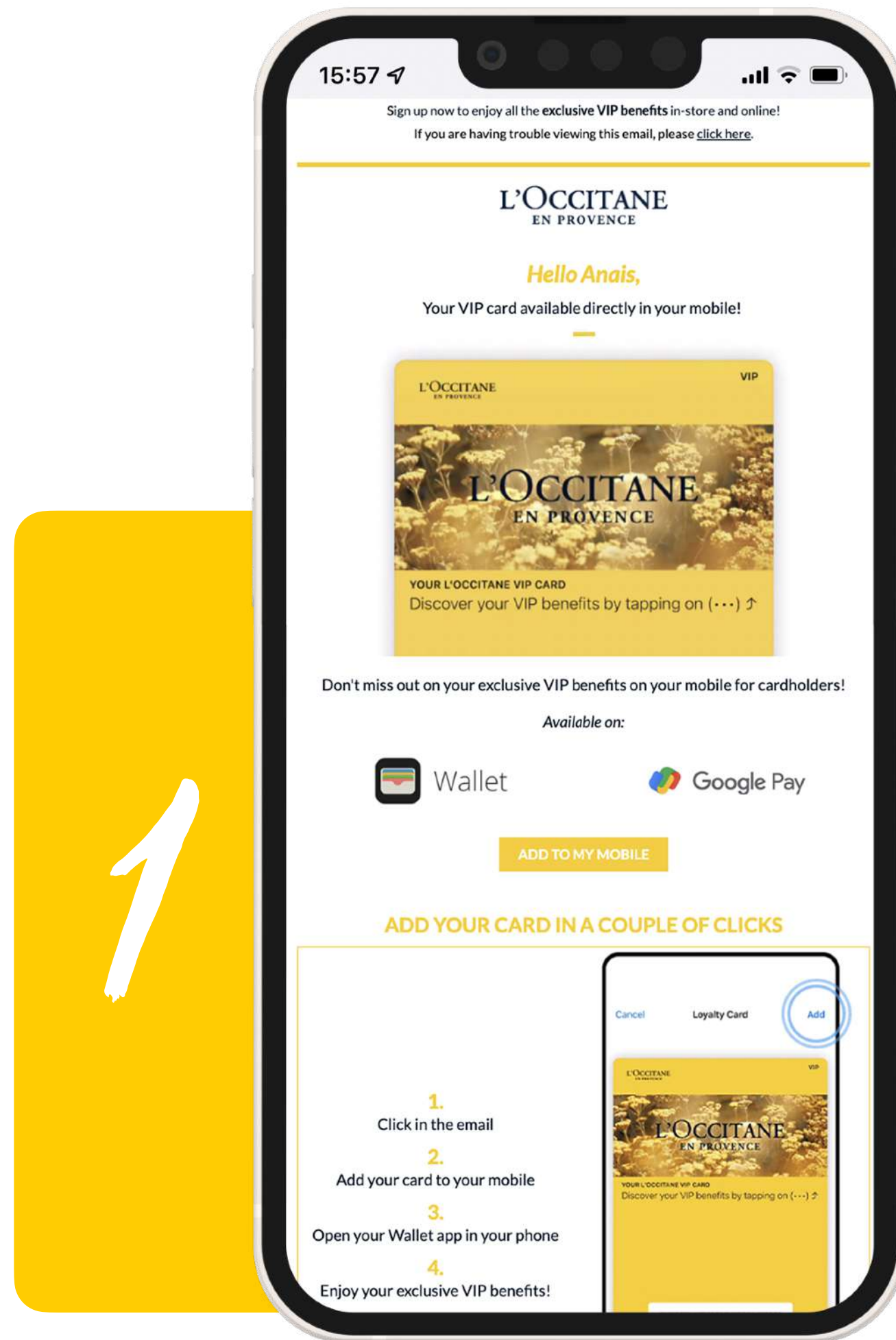
Rentrer dans le mobile du client

Personnaliser la communication, selon le parcours d'achat du client

Compléter le dispositif de communication (emails saturés, SMS intrusif et courrier papier non écologique)



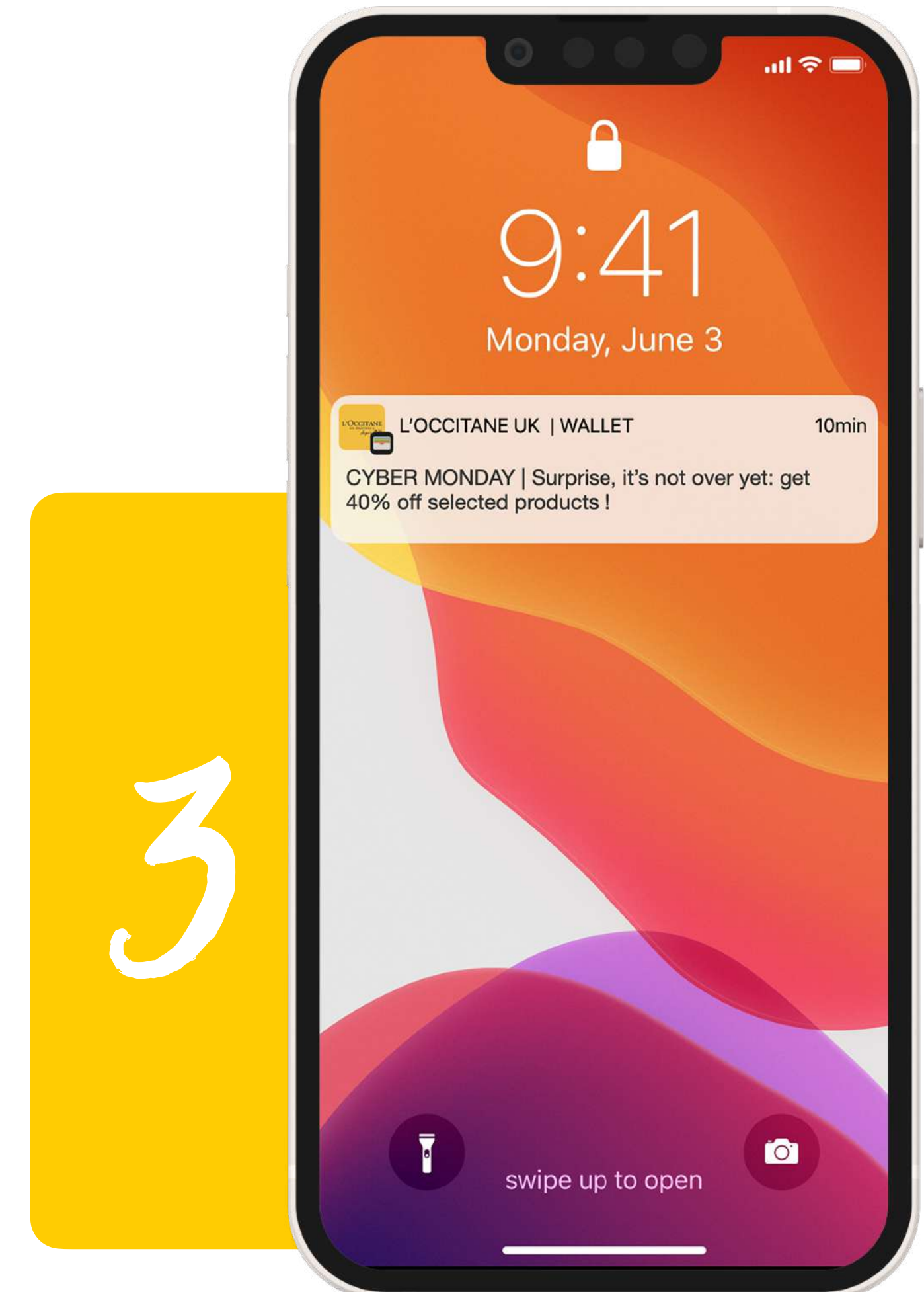
Comment ça marche ?



Un CTA incitant à ajouter la carte L'Occitane dans son wallet est intégré dans les communications de la marque



Le client télécharge et retrouve sa carte L'Occitane dans son wallet en 2 clics



L'Occitane anime la carte selon ses temps forts. Le client reçoit des notifications push personnalisées

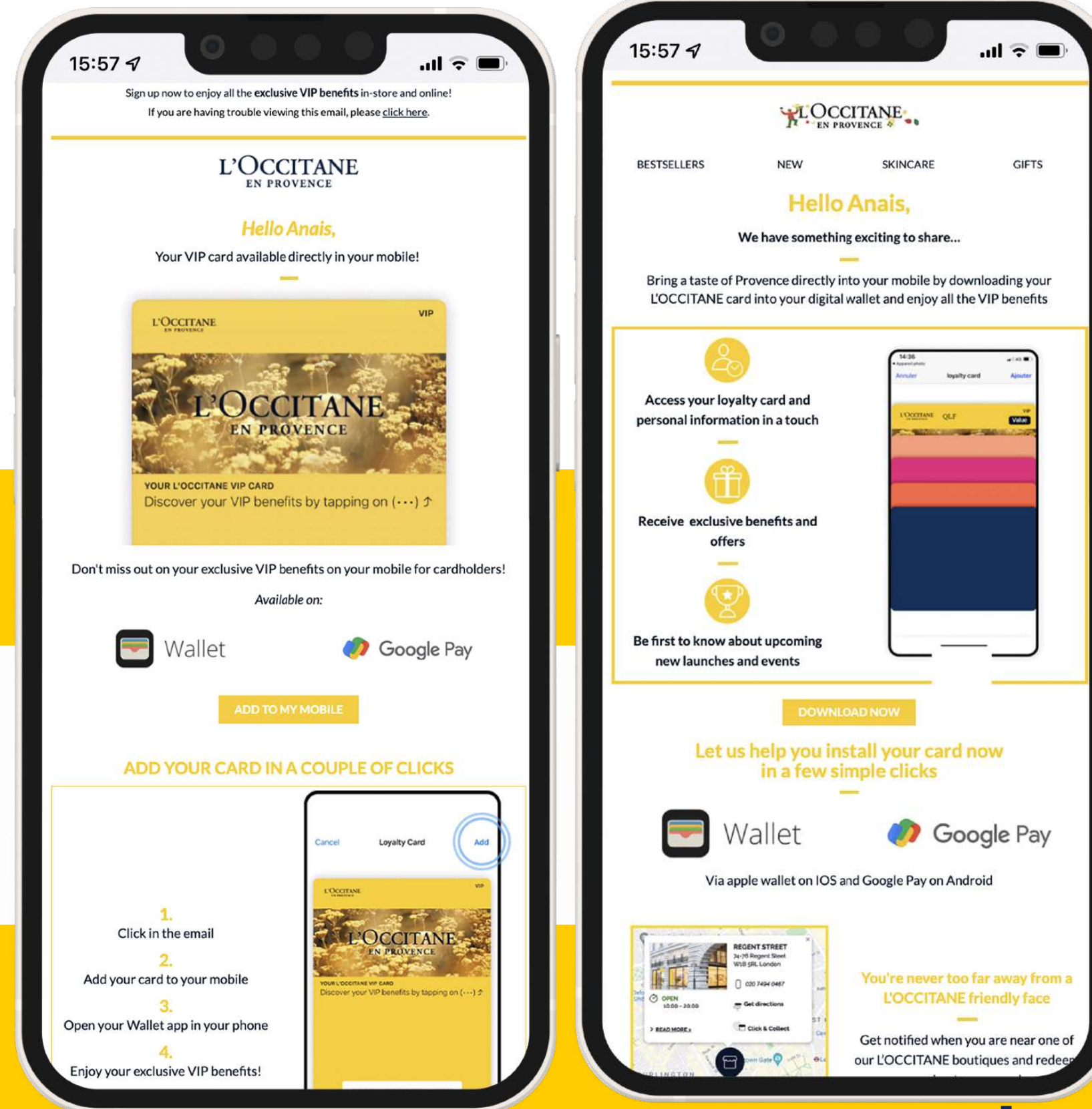
1

L'Occitane wallétise ses clients depuis ses points de contact

Pour recruter des clients efficacement sur le wallet, il est important de miser sur divers canaux de communication. Le client a ainsi le choix !

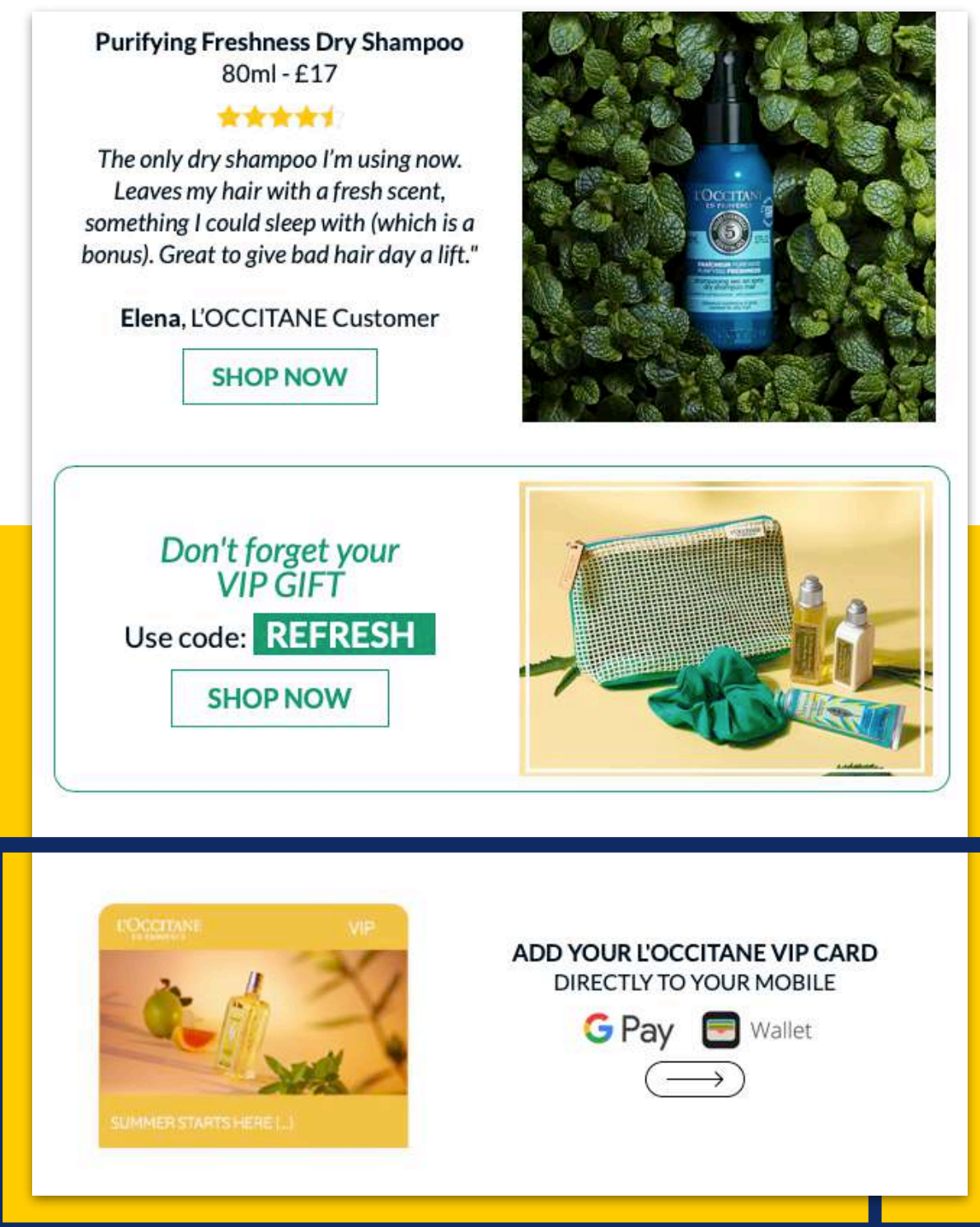
Les emails dédiés sont « A/B testés » par la marque

Emails dédiés
1 email/ mois est envoyé



Efficace pour expliquer aux clients les avantages du wallet mobile

Emails automatiques

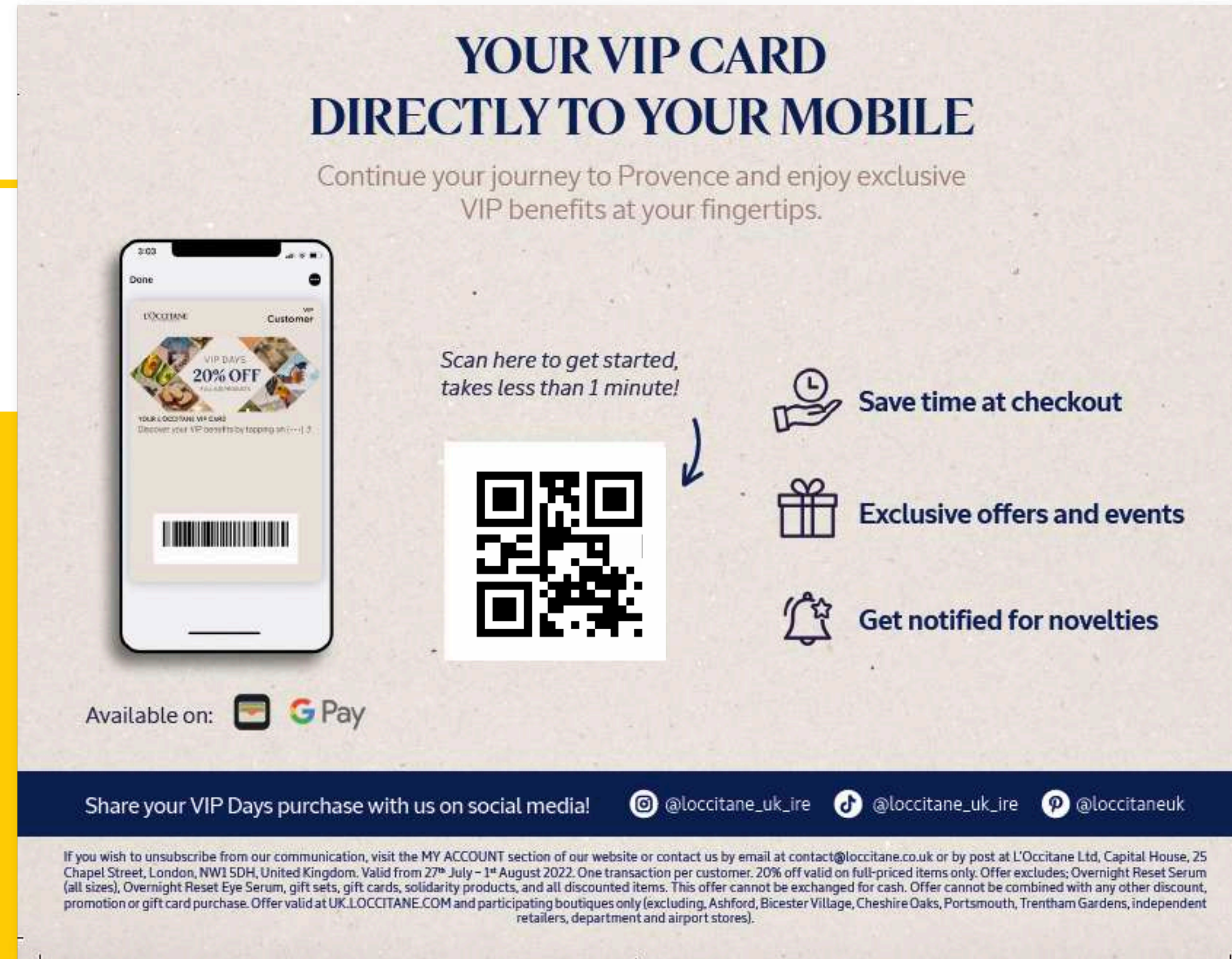


Une bannière est intégrée à tous les emails automatiques (email de welcome, newsletters ...)

1

L'Occitane wallétise ses clients depuis ses points de contact

Courrier papier avec QR code personnalisé



Permet d'omnicanaliser
les clients qui vont uniquement
en magasin

Résultat : une base client qui se « wallétise » rapidement

En Irlande

10%



De la base « wallétisée »
en 5 mois

Au Royaume-Uni

17.6%



De la base « wallétisée »
en 1 an

2

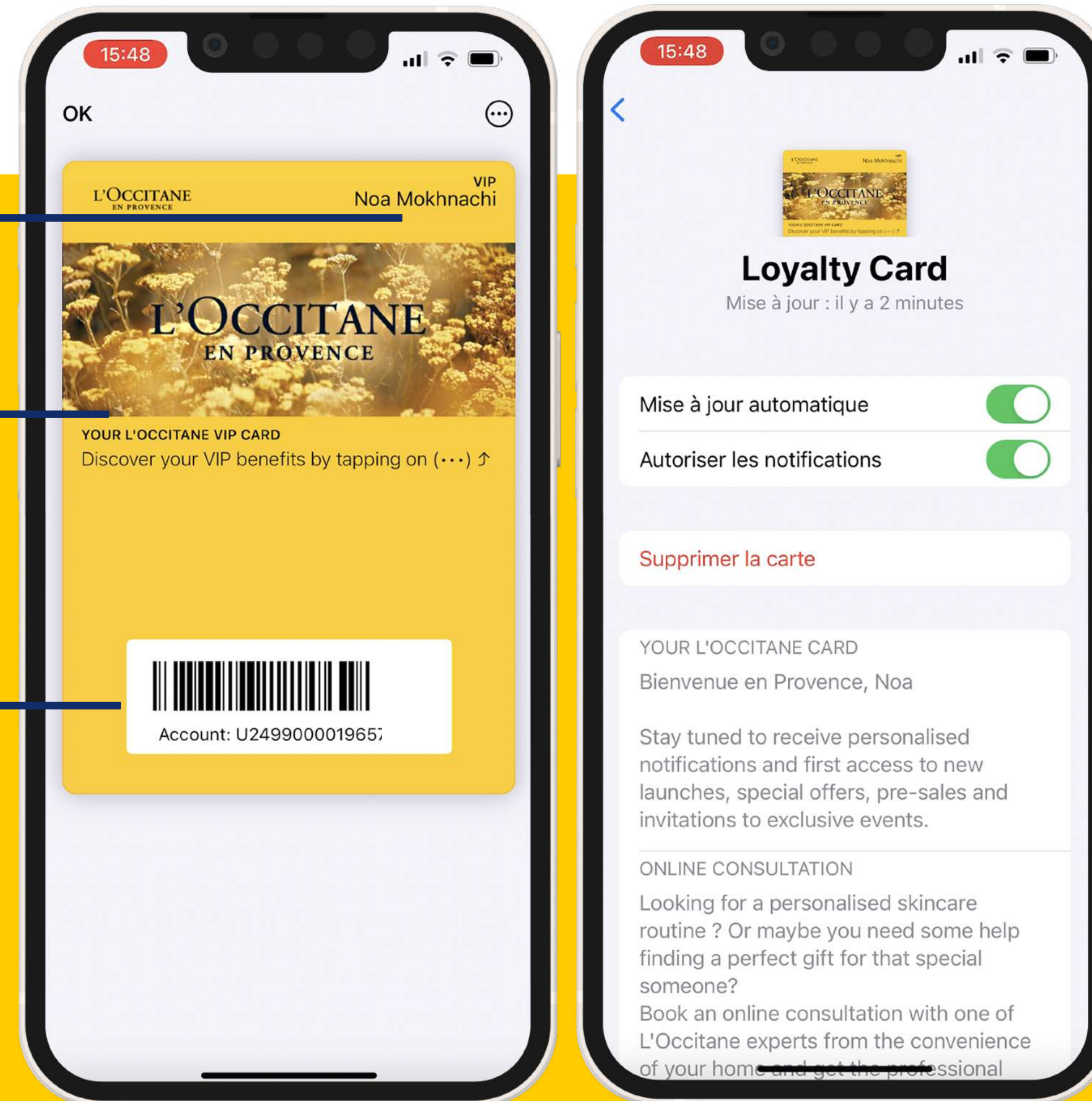
La carte VIP L'Occitane est téléchargée dans le mobile du client

Via l'application native iOS: CARTE

La carte est nominative

Le « header » est personnalisable

Le code barre permet d'identifier le client en caisse



Recto

Verso

Du contenu additionnel est accessible au verso (informations sur les offres, événements ...)

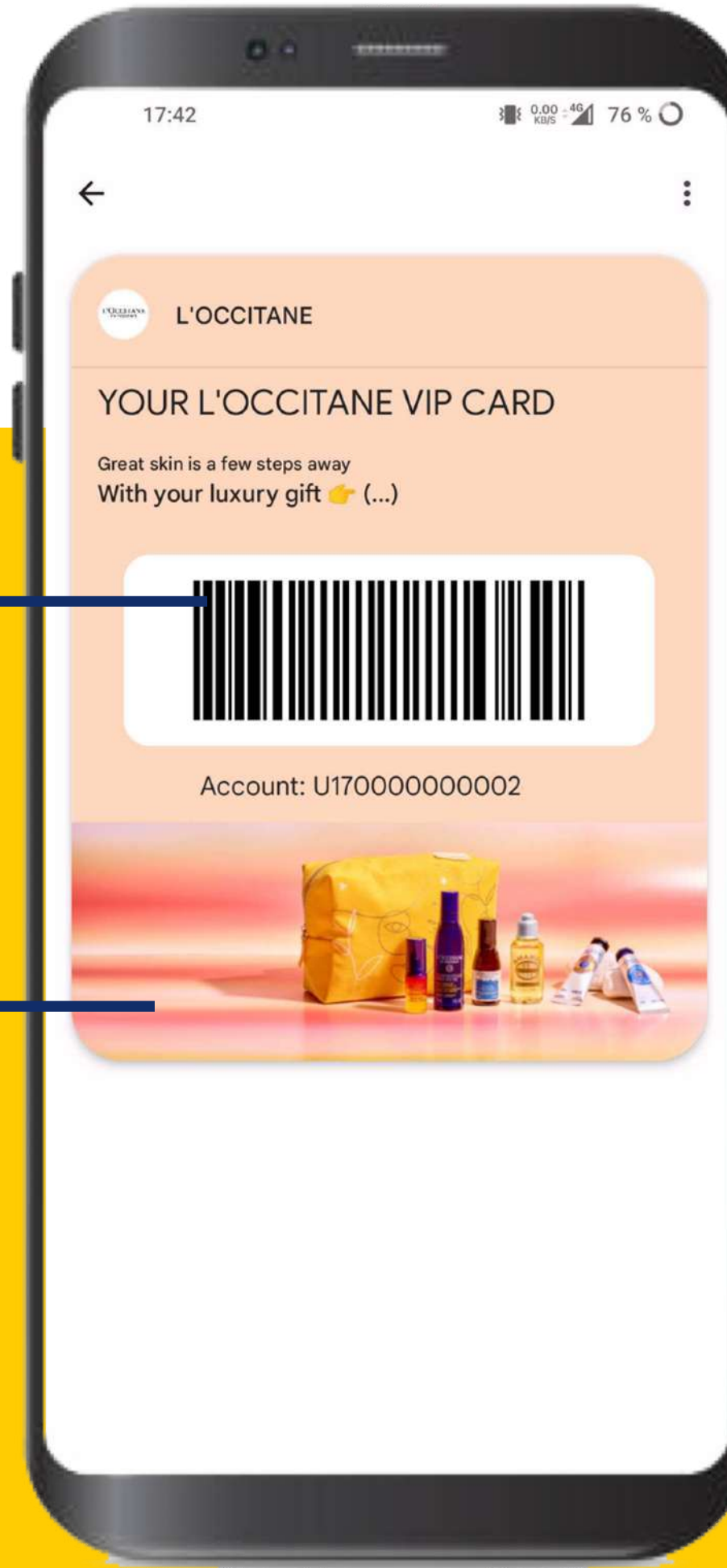
2

La carte VIP L'Occitane est téléchargée dans le mobile du client

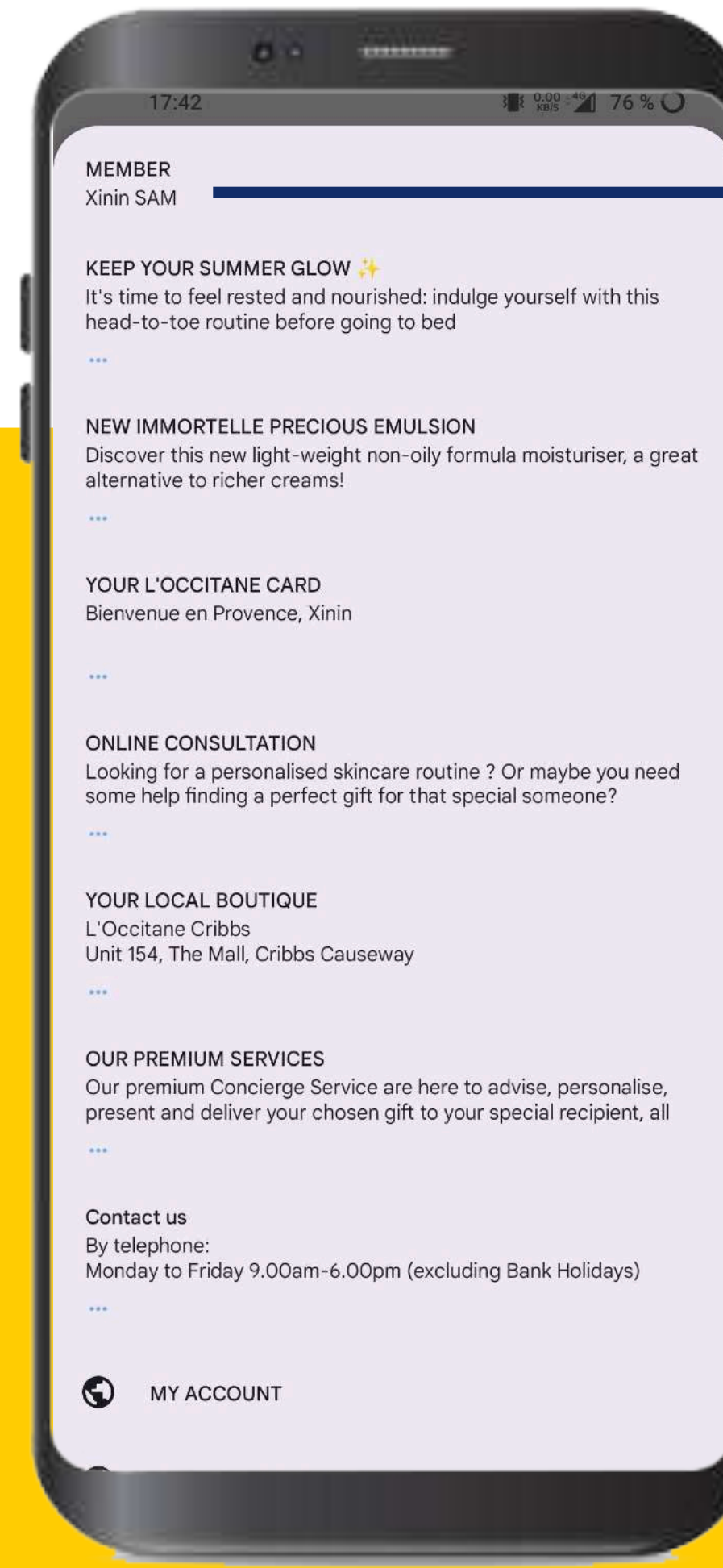
Via l'application Google wallet

Le code barre permet
d'identifier le client en caisse

Le design est
personnalisable



Recto



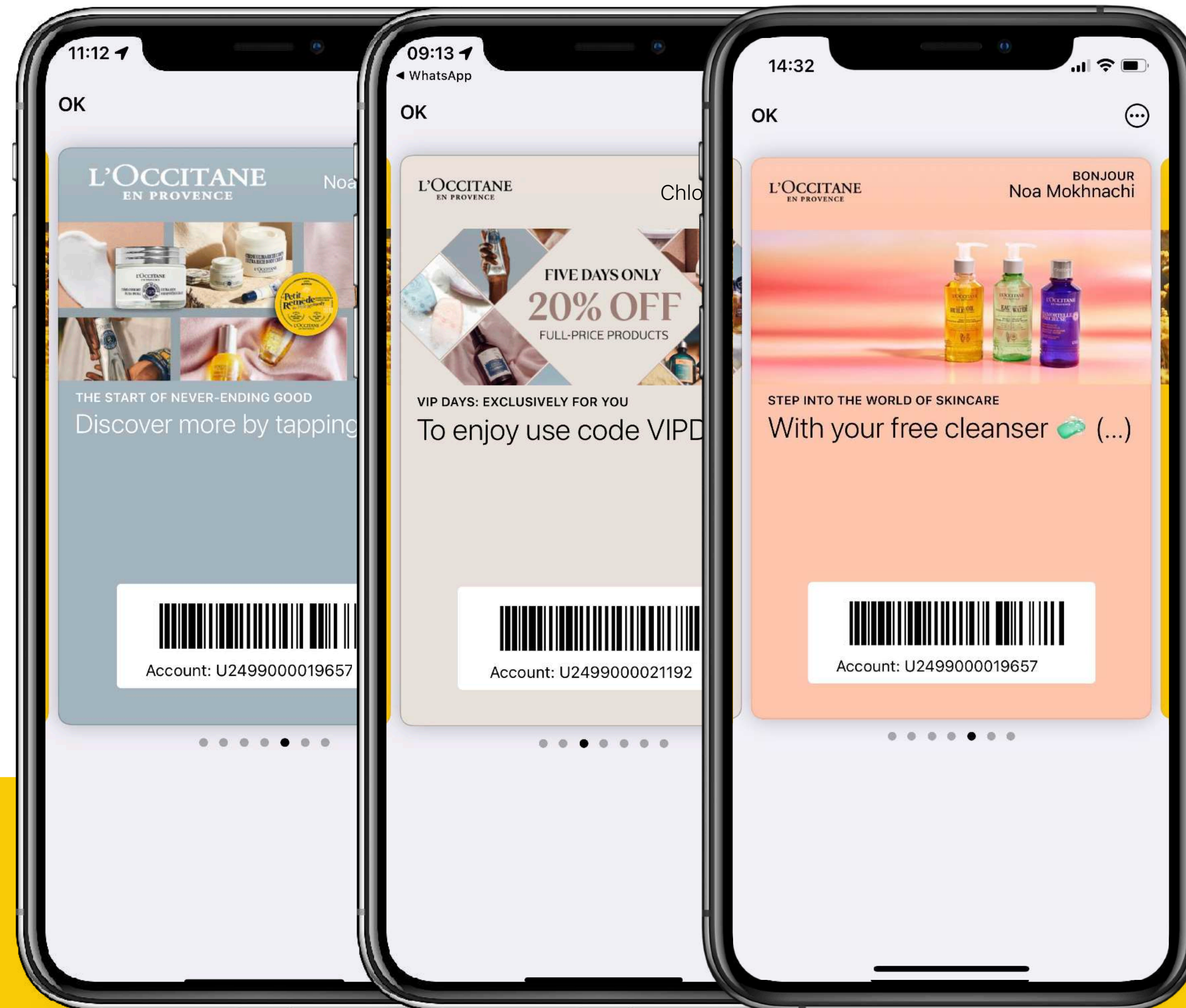
Verso

La carte est
nominative

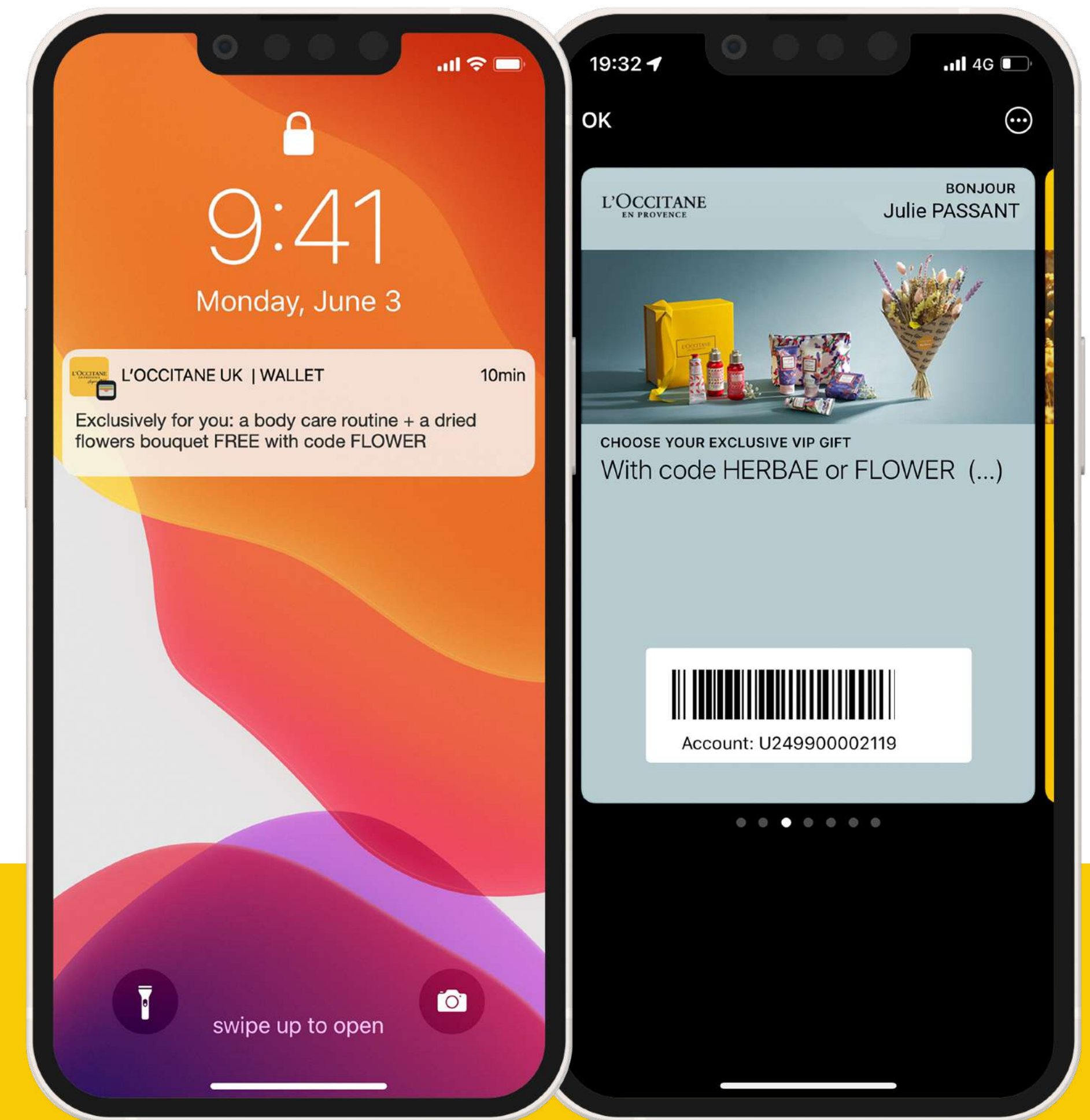
Du contenu additionnel est
accessible au verso (informations
sur les offres, événements ...)

3

L'Occitane anime la carte VIP à travers des offres et envoie des notifications push à ses clients



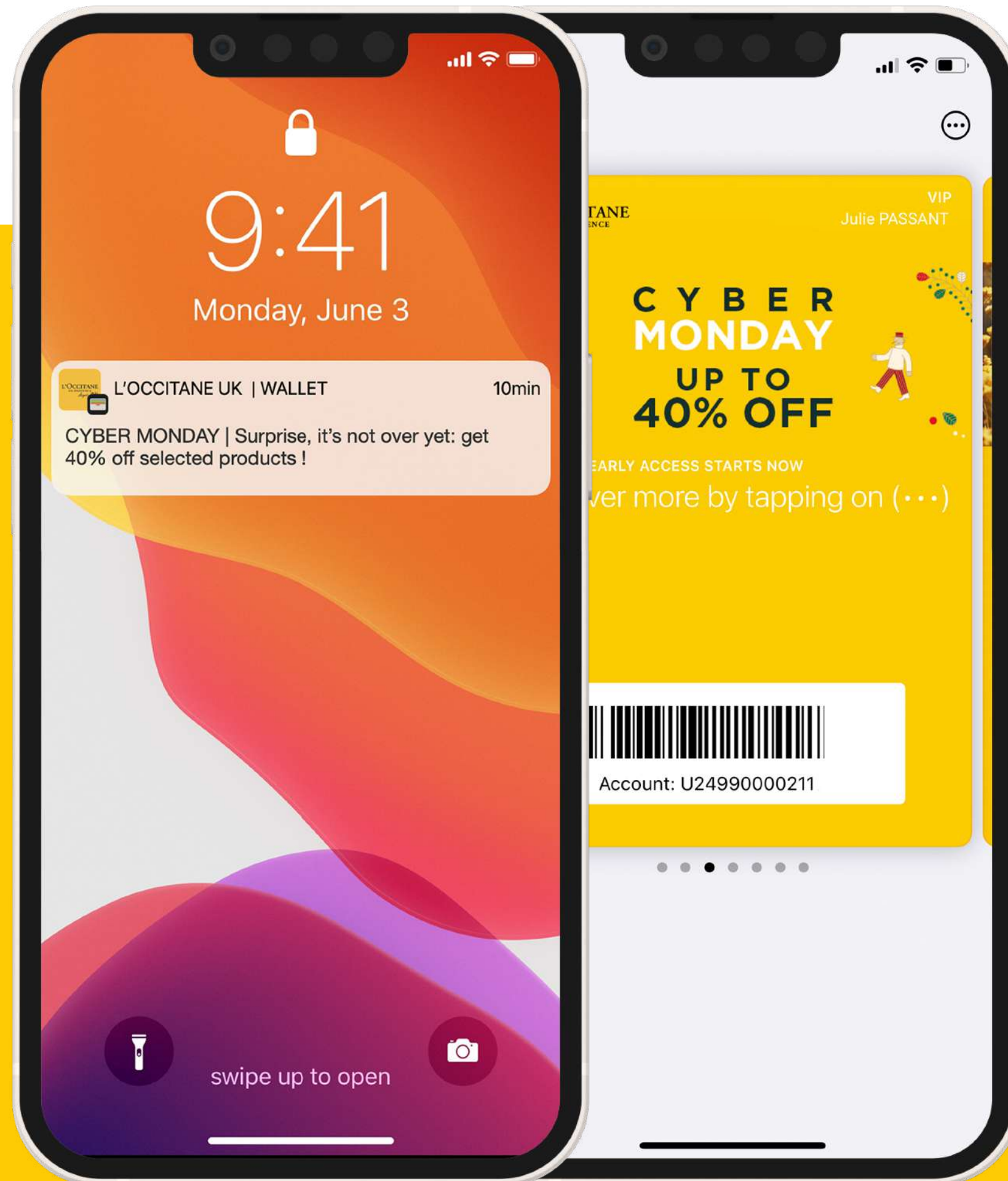
La carte change de design lors de chaque campagne



Pour chaque campagne, une notification push est envoyée

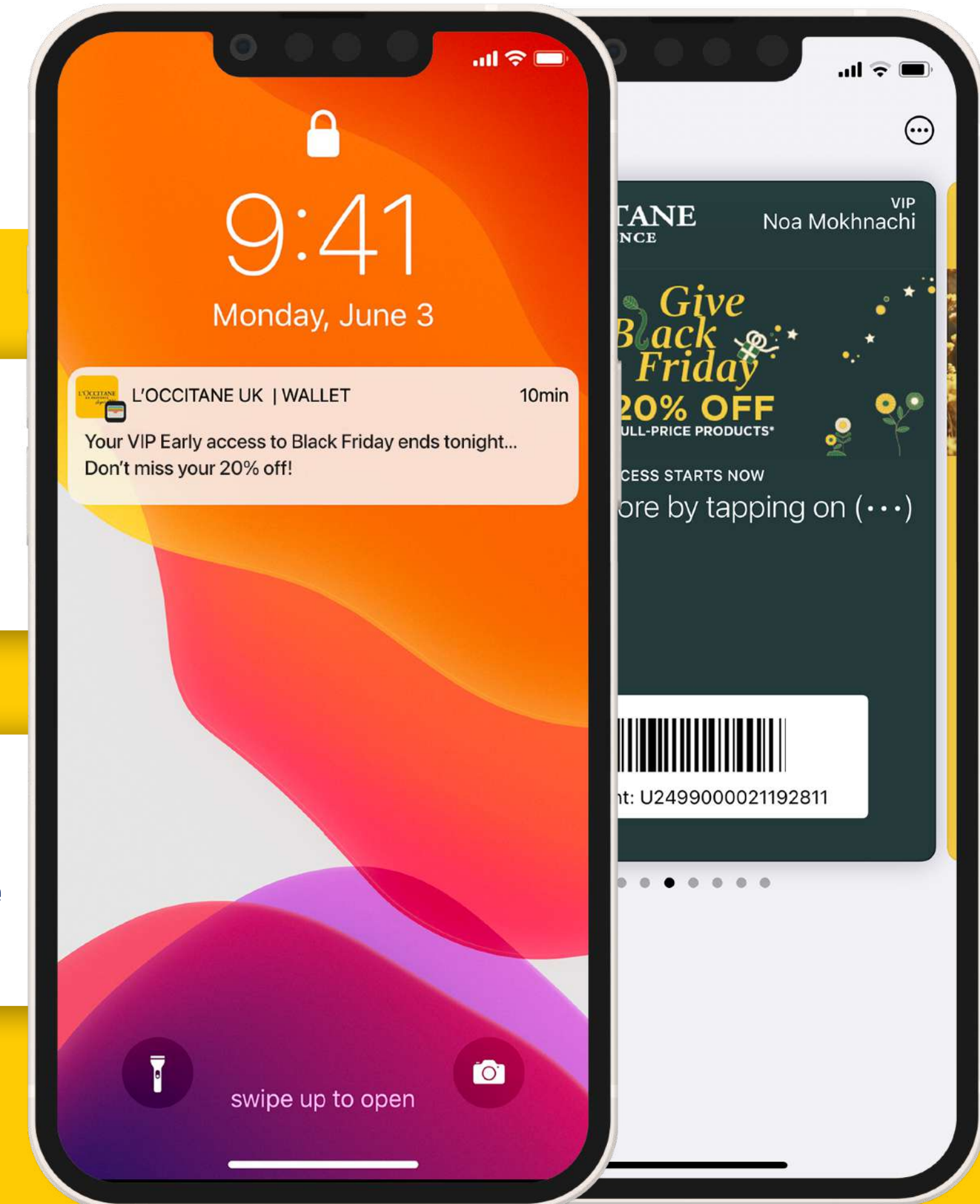
3

Faire vivre la carte VIP à travers des offres et les relayer via des notifications push

**Cyber Monday****25%**

des clients ayant reçu
la notification push ont
par la suite réalisé un achat

La marque a comparé le
comportement d'achat des clients
ayant reçu la notification VS ceux ne
l'ayant pas reçu

**Black Friday**

Le wallet, au coeur de la stratégie omnicanale de L'Occitane



Notification drive-to-store

Des notifications drive-to-store sont envoyées aux clients online pour les inciter à se rendre aussi en magasin



Notification drive-to-web

Des notifications drive-to-web sont aussi envoyées aux clients habitués aux magasins pour les inciter à acheter en ligne

Les notifications push sont personnalisées selon les habitudes d'achat des consommateurs

Connecteur Adobe : pour une vision à 360°

Adobe, un connecteur de gestion de campagnes qu'utilise L'Occitane pour animer sa base clients

- * Grâce au connecteur Adobe, **le wallet mobile est connecté à l'outil CRM** et permet de mesurer l'efficacité de chacune des campagnes wallet.
- * Permet d'avoir une **vision globale et omnicanale des communications** envoyées aux clients.

43% des clients opt-in wallet
sont omnicanaux

Le wallet chez L'Occitane en quelques chiffres



+25%

Le **panier d'achat moyen** est 25% plus élevé chez les clients opt-in wallet vs les non opt-in wallet



La **fréquence d'achat** est 2x plus importante pour les clients opt-in wallet vs non opt-in wallet

L'expérience de L'Occitane en vidéo

WEBINAR

Captain Wallet X L'OCCITANE
EN PROVENCE

Comment le wallet permet à L'Occitane
(IRL et UK) de +25% le panier
moyen de ses opt-in wallet ?

Noa Mokhnachi
Head of CRM UK et Irlande
Chez L'Occitane



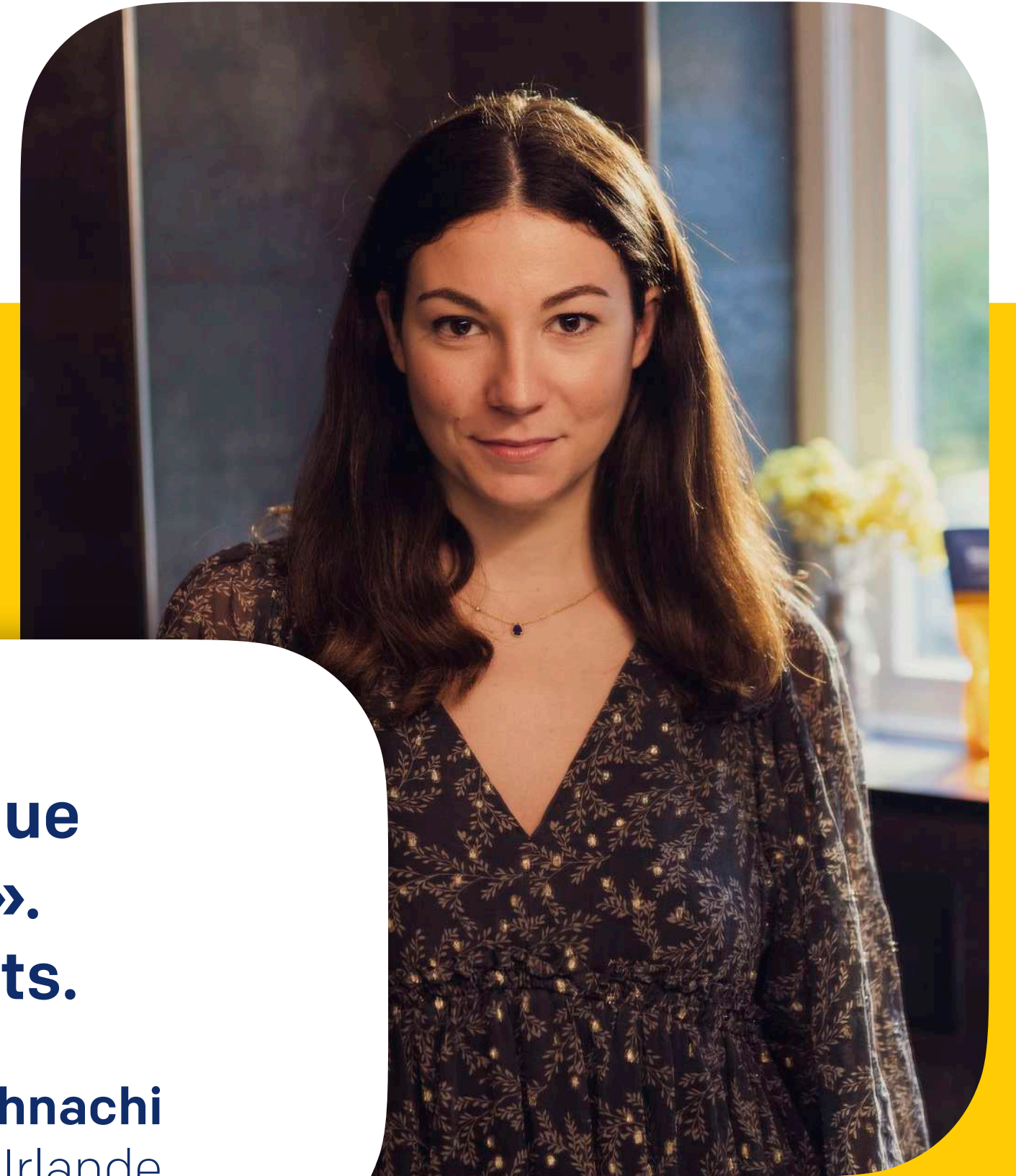
Le témoignage

”

**Le wallet est un canal que je recommande car il est unique
et permet de fournir une expérience « outside the box ».
C'est LE canal sur lequel être pour s'adresser à ses clients.**

Noa Mokhnachi

Head of CRM chez L'Occitane Uk & Irlande





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