



ZADIG & VOLTAIRE

## ÉTUDE DE CAS

---

**COMMENT ZADIG & VOLTAIRE  
A AUGMENTÉ DE 34% LA FRÉQUENCE  
D'ACHAT ET DE 7% LE CA DE SES  
CLIENTS FIDÈLES?**



# A propos de ZADIG & VOLTAIRE

Une marque  
**forte**

---

400 boutiques  
**dans 40 pays**

---

**Maison de mode  
parisienne**  
fondée en 1997

---

CA de plus de  
**350M d'euros**

---

## Le point de départ par Claudia Lancri

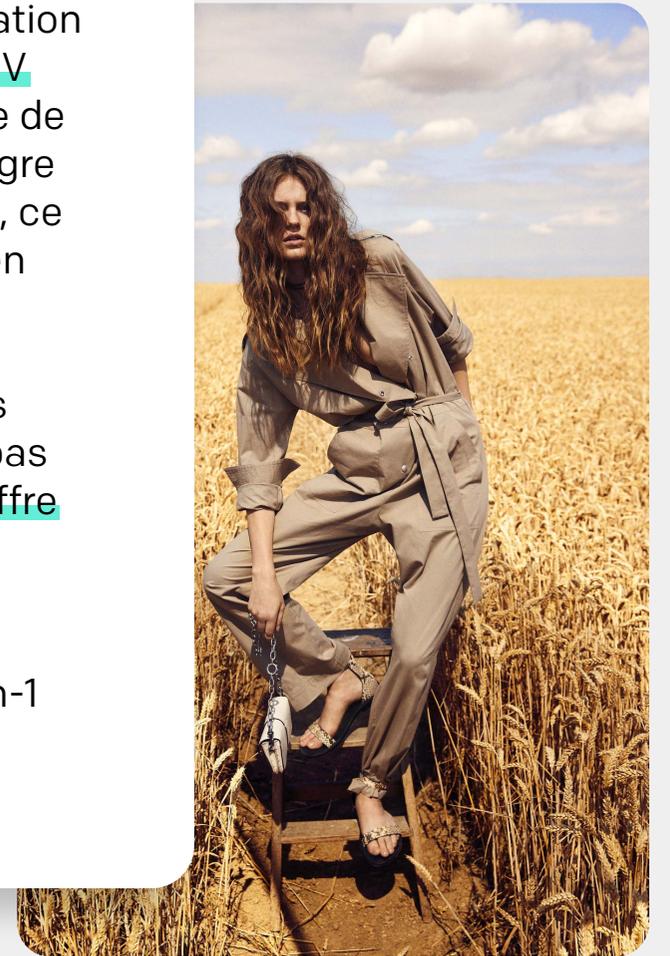
”

Pour nous, le Wallet est un canal de communication qui s'appuie d'abord sur notre carte de fidélité ZV Member. Il s'intègre dans une vision omnicanale de l'animation de nos clients. Captain Wallet s'intègre parfaitement à nos outils, notamment Selligent, ce qui nous permet de réaliser des campagnes bien ciblées et personnalisées.

Les résultats que nous avons atteints en 6 mois nous ont confortés dans notre vision : ce n'est pas un nice-to-have mais un outil qui génère du chiffre d'affaires incrémental.

+7% de CA généré par les clients walletisés vs n-1

**Claudia LANCRI**  
CRM Project Manager chez Zadig & Voltaire



## Les objectifs

Zadig & Voltaire a souhaité trouver un moyen d'offrir une nouvelle expérience digitale à ses clients fidèles, notamment en continuant à développer une relation de proximité par la diffusion d'informations personnalisées.

Au-delà de cet objectif principal, **les objectifs** étaient aussi :

Générer du **drive-to-store**

Augmenter la récurrence de **visite d'achat**

Augmenter le **panier moyen** sur les offres et les promotions



## Le choix du Wallet

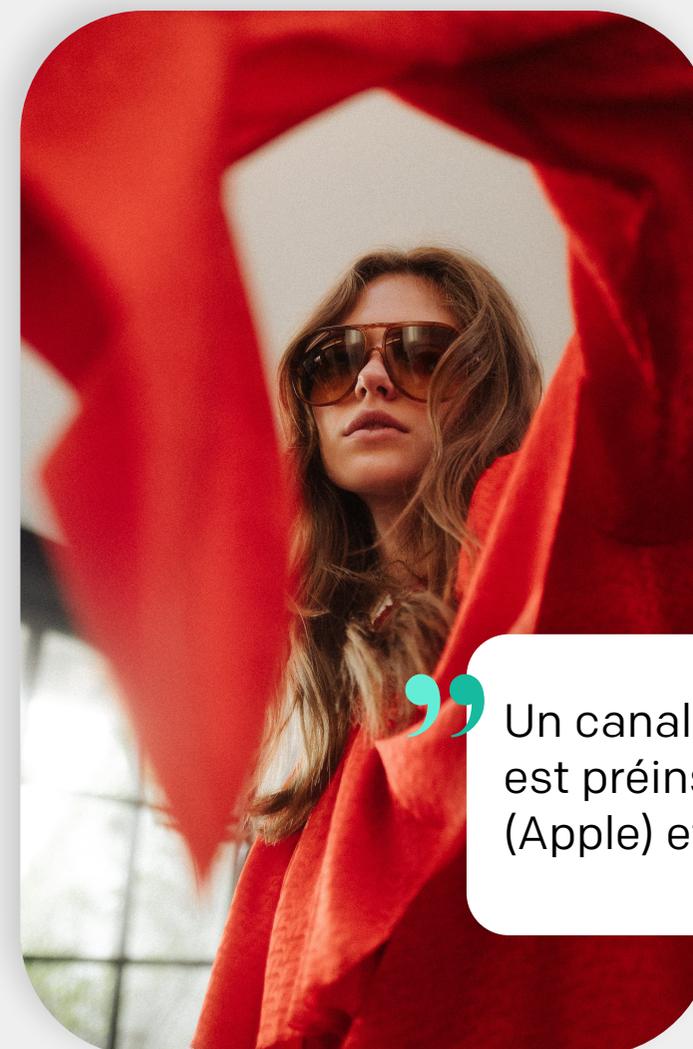
Nous avons choisi le Wallet car c'est un canal simple à mettre en œuvre, qui fonctionne immédiatement et qui complète notre stratégie.

**Un canal relationnel** qui permet de rattacher un client à sa boutique habituel

---

**Les Push notifications** en complément de nos autres leviers (email, SMS)

---



” Un canal qui a un reach très important car il est préinstallé dans les téléphones iPhone (Apple) et Android (Google).



## Comment ça marche ?

1

**Le client dématématialise sa carte de fidélité** grâce à un message de la marque.

2

**Il reçoit ensuite des notifications push**, le lancement de nouveaux produits, de temps forts, etc.

3

**Il a accès à toutes les informations** utiles : sa boutique habituelle, le service client, comment suivre sa commande, etc.

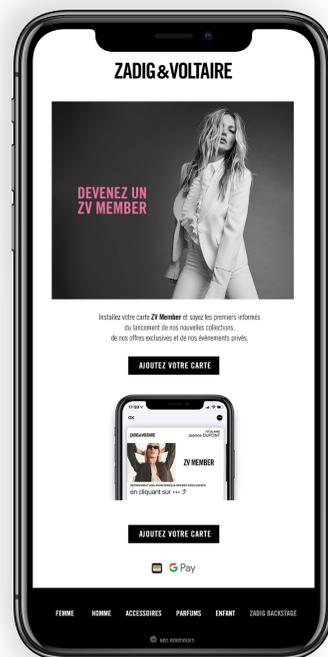


## Comment ça marche ?

### L'embasement

---

Cette étape est cruciale et les CSM de Captain Wallet s'attachent à accompagner au plus près les clients pour la réussir.



### Les leviers de Zadig & Voltaire sont :

Email **dédié**

---

Newsletters

---

Welcome Pack

---

Dans l'avenir, **embasement en boutiques**

---

**SUCCÈS** : Zadig & Voltaire a réussi à embaser 10% de sa base en 6 mois.



# Comment ça marche ?

## L'animation



Carte personnalisée



Relance via notification

Zadig & Voltaire séquence ses campagnes sur un rythme d'une notification toutes les deux semaines avec des messages qui permettent de garder le lien.

Lancement de produits

Solde de points

Promotions

Actualité des Boutiques et de la marque

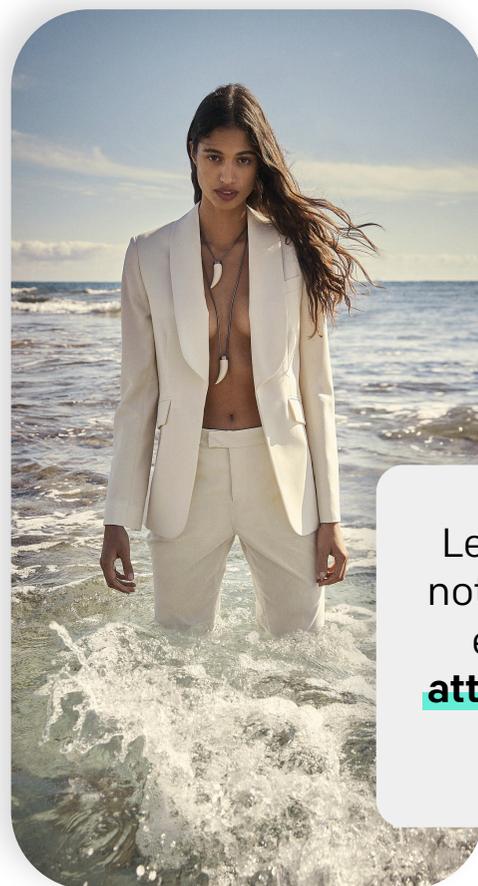
Temps forts

**BEST PRACTICE** : une sélection fine des cibles avec de la répétition pour une réactivité importante.



## Comment ça marche ?

### L'animation



Le pass se met à jour tout en envoyant des notifications, ce qui permet de proposer une expérience complète aux utilisateurs et **atteindre des taux de rétentions supérieurs à 95%**.



Carte personnalisée



Nouvelle Campagne



Carte mise à jour



## L'usage par le marketing

### Acquisition et Fidélisation

---



Le Wallet permet d'animer une communauté de clients fidèles mais c'est aussi un outil d'acquisition de nouveaux clients.

## L'usage par le marketing

### La récolte de **données comportementales**

---

Comme le Wallet est un outil qui s'intègre à **tous les canaux** et dans les outils d'automatisation, il permet aussi à Zadig & Voltaire et au travers de Selligent d'en retirer des **informations précieuses** sur les clients comme des **scores d'appétence**.



La satisfaction de **Zadig & Voltaire**  
sur notre collaboration

” L'effet du Wallet a été **immédiat** pour Zadig & Voltaire : **+7% de chiffre d'affaires** par les clients walletisés en comparaison de l'année précédente, et cela dans un contexte de confinement. La mise en place a été très fluide et le wallet s'est **parfaitement intégré** à nos outils en place.

**Claudia Lancri**

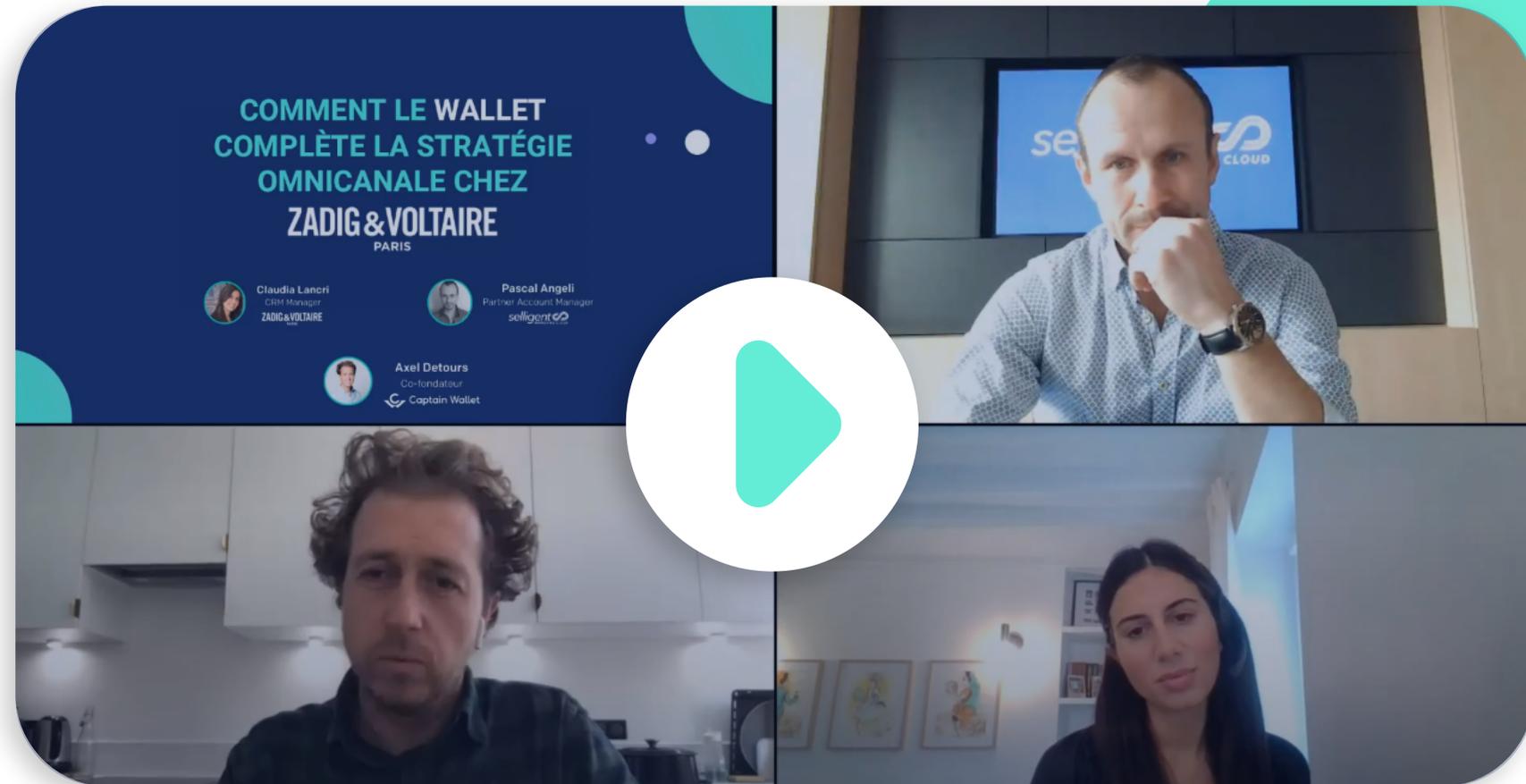
CRM Project Manager chez Zadig & Voltaire



## L'expérience de **Zadig & Voltaire** en vidéo



Retrouvez une présentation détaillée par [Claudia Lancri](#) de Zadig & Voltaire, [Axel Detours](#) de Captain Wallet et [Pascal Angeli](#) de Selligent.



## Les bénéfices pour la marque

**+7%**

CA généré par les clients  
walletisés par rapport à 2019

**+34%**

de la fréquence d'achat des  
clients walletisés par rapport à 2019

**10%**

de la part de la base client  
email à dématérialiser sa carte à  
6 mois

**21-30**  
ans

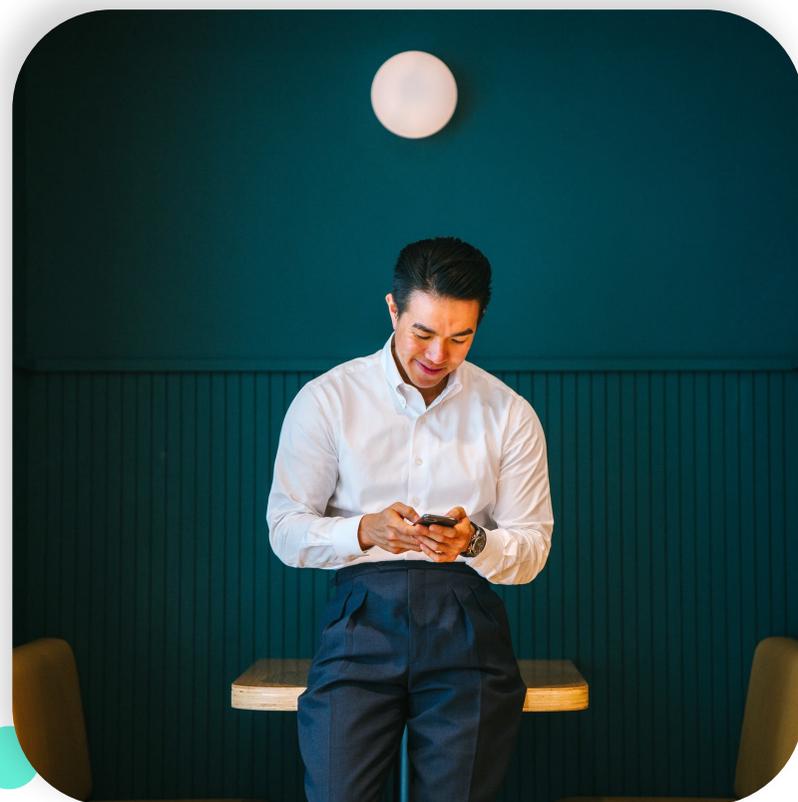
le wallet a attiré des clients plus  
jeunes que la moyenne (42 ans)





# Captain Wallet

CONTACTEZ-NOUS



## Leader et pionnier du mobile 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 (acquisition, relationnel, serviciel, 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
- ▶ GÉOLOCALISATION
- ▶ AUTOMATISATION
- ▶ SEGMENTATION
- ▶ ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ

