



CASO DE ÉXITO

Etam X 

Los wallets móviles,
la nueva palanca ROIsta
en móvil.



APPLE
WALLET



GOOGLE
PAY

La marca Etam,
que pertenece al grupo
Etam (Etam, Undiz y 1.2.3.),
es una de las marcas
**líderes en el mercado
de la lencería.**



**RED : MÁS DE 1.370 PUNTOS DE VENTA
EN EL MUNDO**



CA : 961,7 MILLONES DE €



ETAM.COM



**MÁS DE 4600 COLABORADORES
EN EL MUNDO**

FUNCIONAMIENTO DEL PROGRAMA DE FIDELIDAD ETAM

Etam
CONNECT

Un programa de fidelidad completamente **desmaterializado** con **3 estatus** calculados según el número de puntos acumulados.*



FOLLOWER

ESTATUS #1
Menos de 100 puntos



FAN

ESTATUS #2
A partir de 100 puntos



ADDICT

ESTATUS #3
A partir de 800 puntos

* Excepto puntos obtenidos por un reparto o un Apadrinamiento

Etam

LOS RETOS DEL WALLET PARA LA MARCA



Un nuevo canal de comunicación con el cliente para diferenciarse de los emails y SMS.



Aumentar la cesta media en las ofertas promocionales y mediante la fidelidad.



Reforzar la desmaterialización poniéndolo en el centro del programa de fidelidad Etam.



Etam



EL FUNCIONAMIENTO DEL **WALLET** PARA ETAM

Etam

EL MIEMBRO DEL PROGRAMA ACCEDA A SU TARJETA DESDE CUALQUIER PUNTO DE CONTACTO



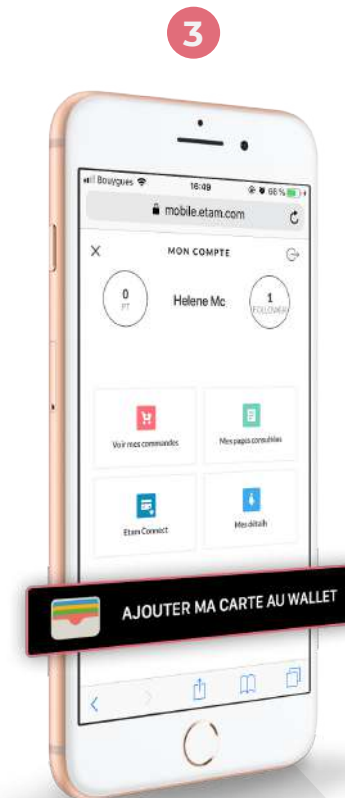
Newsletter

La clienta puede guardar su tarjeta directamente desde las Newsletters.



Email asignado

El email asignado forma parte de los emails triggers vinculados al programa Etam Connect.



Sitio móvil

La clienta puede recuperar su tarjeta desde la Página Web móvil de su cuenta en la sección Etam Connect.

Etam

UNA REVOLUCIÓN EN LA COMUNICACIÓN Y LA PERSONALIZACIÓN DEL PROGRAMA DE FIDELIDAD



Al pulsar sobre **Añadir**, la tarjeta **se guarda directamente** en el smartphone.



Todas las informaciones vinculadas a las **ventajas de la fidelidad** están disponibles en la tarjeta.



Después de cada compra en cajas registradoras, **Etam notifica a la cliente su nuevo saldo de puntos.**



La misma tarjeta **se actualiza con el nuevo saldo de puntos.**

Etam

EL WALLET: UNA PALANCA PARA AUMENTAR EL VALOR DE LA CESTA MEDIA EN LAS OFERTAS

La actualización de las ofertas en la tarjeta de fidelidad acompañada del envío de notificaciones emergentes permite a Etam **aumentar el valor del cliente e igualmente intensificar la frecuencia de compra** de sus clientes.



La clienta está informada de una nueva oferta mediante una notificación emergente.




La tarjeta de fidelidad se actualiza con el contenido de la oferta.



Antes de que finalice la oferta, Etam reactiva a sus clientas mediante una notificación emergente.

Etam



**UN INCREMENTO
NETO DEL
VALOR CLIENTE
EN EL MARCO
DE LA FIDELIDAD
Y DE LAS
OFERTAS**

Etam

EL IMPACTO DEL WALLET EN EL PROGRAMA DE FIDELIDAD

La fidelidad implica el conjunto de las actividades de la clienta que se haya suscrito al programa Etam Connect durante los últimos 12 meses.

43€

Las clientas que poseen un WALLET gastan un promedio de 43€ más con respecto a las socias que no tienen su tarjeta en el WALLET.



+32%

de Frecuencia de compra por clientas que tienen la tarjeta de fidelidad guardada en el WALLET.

Etam

EL IMPACTO DEL WALLET EN LAS OFERTAS

El wallet también tiene un impacto en las ofertas promocionales que son difundidas a través de la tarjeta wallet.



+8,7%

de aumento de la cesta media por una oferta en la web.

+6,4%

de aumento promedio del valor cliente (tienda y página web).

Etam

IMPACTO PARA LA MARCA



“ Un compromiso mucho más fuerte en el programa de fidelidad

La parte de las socias wallets en el estatus Fan (2º estatus de la marca)
SUPERIOR EN 12 PUNTOS con respecto a las socias no walletizadas.



“ Captación de una nueva generación de clientas más jóvenes

El promedio de edad de las clientas con wallet es de 26 años, **LO CUAL PERMITE FIDELIZAR A UNA POBLACIÓN MUCHO MÁS JOVEN.**



“ Responder a una demanda del consumidor

EL 75 % DE LAS CLIENTAS que han pulsado sobre el CTA **HA AÑADIDO SU TARJETA AL WALLET.**



La tecnología del wallet constituye un real beneficio:

Para la clienta, por una parte, porque ella accede con un solo clic a su tarjeta desmaterializada, así como a sus ofertas exclusivas sin tener la molestia de conectarse a una cuenta o aplicación.

Para nuestros equipos, quienes, por otra parte, benefician de un verdadero ahorro de tiempo al poder identificar fácilmente a la clienta.

Este nuevo canal de comunicación nos permite enviar mensajes a través de un medio diferente a los habituales emails y SMS.

Es importante destacar que el valor cliente de las usuarias con wallet es más importante que en las demás. Generalizar su utilización podría, por tanto, constituir una verdadera palanca de crecimiento nada despreciable.

Inès de Champroux
CRM Manager

Etam