

## **Digitaleo commercialise une solution marketing de fidélisation ultra-personnalisable qui accompagne le consommateur tout au long de sa relation avec la marque**

**Pour créer un attachement durable avec le consommateur et le transformer en « ambassadeur », l'expérience client doit être enrichie à chaque point de rencontre y compris après le passage en caisse. Le constat est clair, les consommateurs attendent du renouveau dans leurs programmes de fidélité et 81% affirment vouloir les gérer par eux-mêmes<sup>1</sup>. Pour répondre à cet enjeu business d'un marketing ultra-personnalisé, Digitaleo a développé une plateforme de solutions de fidélisation client disruptives basées sur une expérience différente, un échange authentique avec les marques où l'aspect relationnel est plus fort que l'aspect transactionnel quelque soit le point de contact, y compris Facebook.**

### **Une plateforme de programmes de fidélité basés sur la relation humaine où le client a le choix**

Lorsqu'un client adhère à un programme de fidélité, il communique des données précieuses et attend en contrepartie une plus-value, c'est une sorte de contrat moral. Afin de cultiver l'engagement, la solution Digitaleo sort du modèle descendant basé sur la relation transactionnelle et place le consommateur au coeur de la stratégie relationnelle client. Pour livrer de précieuses données, le consommateur a besoin d'être reconnu et mis en avant en choisissant son degré d'engagement avec la marque et comment il utilise ses points et récompenses.

La plateforme entièrement paramétrable par l'équipe marketing du client propose ainsi de gagner des points fidélité grâce au parrainage d'un ami, au partage de son expérience ou avis sur la marque, aux actions qu'il entreprend sur les réseaux sociaux, etc. Une fois qu'il a cumulé le nombre de points défini par le service marketing de l'enseigne, il peut par exemple les dépenser classiquement en bon d'achat, en réalisant un don à une association caritative choisie par l'enseigne ou en les misant lors de jeux de tirage au sort de la marque conçus via la solution.

Le taux moyen de générosité des marques pratiqué sur les programmes de fidélité est d'environ 6 euros pour 100 euros dépensés. Mais l'enseigne peut aussi récompenser la fidélité de ses clients via des invitations en avant-première aux ventes privées, un accueil personnalisé en point de vente, une mise à disposition d'un Personal Shopper ou encore en proposant de participer à la conception de nouveaux produits. Une manière différente d'engager et de mettre le client en avant, mais également de recueillir une richesse de données inégalée.

### **Une solution ROIste et unique pour toute la gestion de la fidélité**

Si pour limiter le "churn", c'est-à-dire la proportion de clients résiliés, la solution de fidélisation client Digitaleo place davantage le consommateur que le produit au cœur du dispositif, c'est bien l'enseigne qui choisit en fonction de sa cible, de ses objectifs marketing et communication, les offres fidélité qu'elle souhaite rendre disponibles sur son interface. L'un des atouts majeurs de la solution réside dans la personnalisation : l'accès peut être « brandé » aux couleurs de la marque et le back-office permet de créer un catalogue d'offres sur mesure (bons d'achat, goodies, invitations à des événements, etc.). La solution digitaleo peut récompenser les clients en euros ou en points fidélité pouvant être consultés et dépensés via l'application mobile et/ou depuis le site de l'enseigne.

Pour animer les programmes de fidélité, Digitaleo met à disposition des enseignes différents outils tels que les jeux concours et pour réveiller les clients inactifs, la solution intègre des « triggers marketing » ou relances automatisées afin de déclencher une action de la part du consommateur ou de générer un passage en magasin en envoyant par exemple un coupon spécial à tous les clients qui ne sont pas venus en point de vente depuis une période donnée, ect..

### **Une solution en temps réel**

La plateforme développée par Digitaleo fonctionne en temps réel aussi bien au niveau du pilotage du programme que de sa consultation par le client. Les enseignes peuvent ainsi créer des offres depuis le back-office accessibles instantanément par les clients membres. Cette fonctionnalité permet également au client de recevoir immédiatement après un achat ses points ou euros crédités sur son compte fidélité.

La stratégie de fidélisation doit aussi être visible au sein des magasins pour proposer un programme sans couture et une expérience enrichie. Grâce à une fonction de « Clienteling » permettant aux vendeurs en magasin d'accéder via une tablette aux informations personnelles des membres du programme, ils peuvent accueillir et conseiller les clients de manière ultra personnalisée. L'application donne aussi la possibilité au vendeur d'offrir immédiatement aux clients des points fidélité en magasin, de lui créer en live un nouveau compte s'il souhaite rejoindre le programme ou encore réaliser en 2 clics un geste commercial s'il a attendu un peu trop longtemps ou constate un défaut sur un produit acheté.

<sup>1</sup> The Nielsen Global Retail Loyalty Sentiment Survey, 2016

## **FICHE PRODUIT**

### **Equipe Marketing : un programme de fidélité sur-mesure pour engager ses clients**

- Paramétrage facile et habillage aux couleurs de la marque
- Reporting et statistiques complètes
- Création directe des règles de gain du programme de fidélité (Plus de 15 règles déjà existantes (inscription, passage en magasin, parrainage, informations personnelles, actions sur Facebook, possibilité aux vendeurs d'offrir des points aux clients en magasin (via l'application connexe de clienteling).
  - paramétrage des conditions pour que vos clients puissent dépenser les gains complètement personnalisable : nombre de points, la période de diffusion, etc., possibilité de mixer offres transactionnelles avec des offres de services et personnalisées).
  - possibilité de faire des dons à des associations : configuration rapide d'offres de dons à différentes associations (choix du nombre d'euros correspondant aux points donnés et des associations supportées), export des dons sur une période donnée, etc.
- Organisation de jeux concours pour engager vos clients avec plusieurs types de jeux sont notamment disponibles : jeux ponctuels, hebdomadaires ou mensuels. Interactions récurrentes avec les membres du programme en les prévenant par e-mail, sms ou notification push de l'arrivée d'un nouveau jeu concours
  - Relances automatiques intégrées au programme pour gagner du temps et engager ses clients simplement : bienvenue aux nouveaux membres, alerter ses clients de l'atteinte d'un seuil de points, relancer les membres inactifs
  - Monitoring du programme de fidélité en temps réel : suivi de l'usage du programme par les membres, affichage des performances de vos opérations, statistiques (nombre total de membres, de membres actifs, de passages en caisse, chiffre d'affaires généré par le programme, nombre de points collectés, top 10 des clients ayant le plus de points, utilisation de vos offres fidélité

- Pilotage en temps réel de chacune des offres fidélité :

- nombre de membres ayant demandé l'offre avec le taux de pénétration,
- nombre de membres ayant utilisé l'offre avec le taux d'utilisation,
- résultats pour chacun des points de vente.

- Accompagnement dans le déploiement et tout au long du projet par le service Customer Success : pilote pour la formation d'un ou plusieurs magasins, aide au déploiement du programme, suivi régulier par l'équipe pour conseiller et optimiser l'utilisation du programme.

### **Pour les clients : un accès personnalisé sur l'application mobile ou l'accès web**

- disponible à tout moment et partout via une appli mobile en marque blanche

- possibilité de gagner des points via des achats, du parrainage, des actions sur les réseaux sociaux, etc.

- Des jeux et des offres sur-mesure pour dépenser ses points

### **Pour les vendeurs : un outil de connaissance client à portée de main**

- Offrir un accueil personnalisé en point de vente à ses clients
- Création de comptes et mise à jour des informations clients directement sur l'application clienteling (identité, centres d'intérêt...)
- Consultation de l'activité du client (historique, offres disponibles, coupons,...).

## **A propos de Digitaleo**

Créée par Jocelyn Denis en 2004 l'entreprise Digitaleo commercialise des plateformes permettant de générer des campagnes marketing omnicanales (SMS, site mobile, réseaux sociaux, e-mail ...) locales et/ou nationales. Elle propose ainsi des solutions clé en main d'acquisition, de communication et de fidélisation client aux points de vente et aux enseignes pour développer l'engagement et générer du trafic. Disposant de bureaux à Paris Lyon, Rennes, Madrid et Bogota, Digitaleo accompagne les enseignes au niveau national et international dans le pilotage de la communication de leur réseau pour booster l'activité en local (franchisés, commerce associé, points de vente, ...). Depuis 2015, l'entreprise rennaise est soutenue par les Fonds ISAI et Go Capital.

**Contact presse** : OXYGEN RP Rennes

Camille Escolar | 06.60.22.95.54 | [camillee@oxygen-rp.com](mailto:camillee@oxygen-rp.com)

Christelle Roignant | 06.83.81.61.61 | [christelle@oxygen-rp.com](mailto:christelle@oxygen-rp.com)