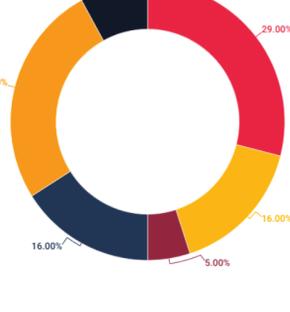


Les chiffres clés de la fidélisation en 2019

Il existe plusieurs solutions pour fidéliser ! La plus connue reste la **carte de fidélité papier** classique, mais...

8%¹

des clients utilisent toutes leurs cartes de fidélité papier, les autres :



- 29%** Oublient de présenter la carte
- 26%** Ne sont pas intéressés par les avantages
- 16%** Perdent la carte
- 16%** «Le personnel ne demande pas la carte»
- 5%** Le programme est trop compliqué

Quelles solutions envisager pour optimiser la fidélisation ?

32%



ADHÉSION SUR APPLICATION

79%²



CARTE DÉMATÉRIALISÉE

Il est bien de savoir qu'à l'heure actuelle, 32% des entreprises sondées par Dia-Mart Consulting utilisent une adhésion de **fidélité par application mobile** alors que 79% d'entre-elles utilisent une **carte de fidélité dématérialisée**.

Le but est de ne plus ralentir la fidélisation par les frustrations qu'engendrent les causes citées ci-dessus.

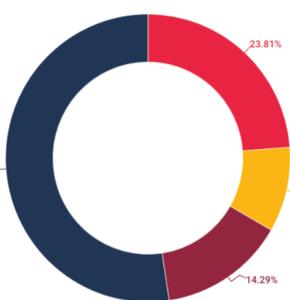
Pourquoi une telle disparité entre ces deux approches similaires ?



Adhésion sur application mobile ?

22%¹

des clients utilisent les applications mobiles de fidélité alors que **84% des Belges ont un smartphone** en 2019 ! Voici le dispatch des 22% plus en détail :



Carte dématérialisée à identifiant unique (Email) ?

75%³

des internautes ont une **adresse email privée** selon la dernière étude du SNCD.

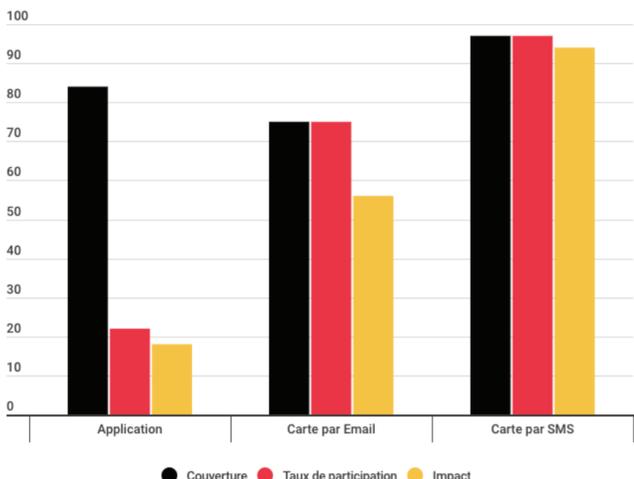


Carte dématérialisée à identifiant unique (SMS) ?

97%⁴

des Belges utilisent un **téléphone portable** de manière quotidienne (il y a **13 millions** de numéros actifs pour **11 millions** d'habitants).

Quel est le potentiel réel de ces nouvelles approches ?



Quand on compare ces 3 solutions, on se rend compte du potentiel de fidélisation que représente un **programme de fidélité dématérialisé** fonctionnant avec un **identifiant unique** «numéro de téléphone».

Comprendre ses clients grâce à l'approche relationnelle !



77%⁵

des clients souhaitent une **approche relationnelle de la fidélisation** basée sur leurs habitudes !



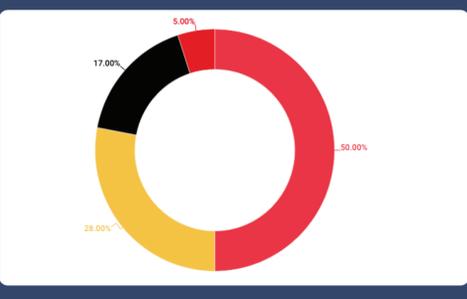
52%⁶

en moyenne, **52% des clients ne reviennent jamais** après la première visite si aucune approche relationnelle n'est mise en place !



33%

des entreprises sondées par Dia-Mart Consulting développent une **approche comportementale** dès l'ouverture de la **carte de fidélité** en offrant quelque chose en échange !



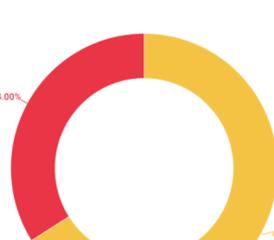
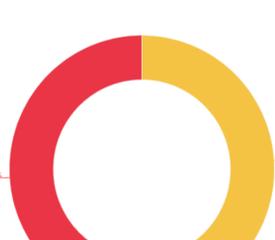
Qu'offrent-elles ?

- 50%** Remise immédiate
- 28%** Bons d'achat
- 17%** Points fidélité
- 5%** Cadeaux

Offrir mieux pour vendre (beaucoup) plus !

Avant optimisation relationnelle

Après optimisation relationnelle



● Retours en magasin
● Absence de retour

Avec une **approche relationnelle dès la première visite**, on arrive à passer de 48% de retours en magasin à plus de 66% ! Soit **une optimisation de plus de 18%**, et ce, uniquement grâce à l'**approche comportementale** suite à la première visite (ce qu'on appelle aussi le scénario relationnel de «bienvenue»).

Pensez votre fidélisation en fonction de vos clients !



Faites partie des

88,7%

clients satisfaits par notre approche de la fidélisation intelligente et customer-centric !



04/365.47.57



www.fidely-box.be



info@athyla.be

Sources : 1. https://www.observatoire-fidelite.com/barometre-de-la-fidelite | 2. https://www.appsmiles.eu/wp-content/uploads/2015/06/Dia-Mart-Consulting-Infographie-benchmark-fid%C3%A9l%C3%A9e.pdf | 3. https://www.eteamsys.com/fr/email-marketing | 4. https://www.lavenirnet.com/dmf20170208_00956612/les-statistiques-folles-des-telephones-portables-en-belgique | 5. https://blog.digitaleo.fr/connaissance-client-fidelisation | 6. Analyse sur base de nos 1200.000 clients actifs