

Saint-Maximin  
*rayonne*

**Consommer local,  
on a tous à y gagner !**

# Objectifs

**Élargir votre clientèle**

**Inciter la consommation locale**

**Communiquer avec vos clients**

**Fidéliser vos acheteurs**

**Limiter l'impact du e-commerce sur votre activité**

**Bénéficier de la dynamique collective locale**

# Enjeux

1. Créer du trafic dans les points de vente

2. Lutter contre l'évasion commerciale

3. Récompenser les clients fidèles

4. Développer sa relation clients

5. Mieux connaître les comportements d'achat

6. Favoriser la consommation locale

7. Véhiculer une image dynamique

8. Fédérer les commerçants autour d'un projet et d'un outils commun

9. Optimiser ses opérations commerciales

10. Anticiper et se préparer aux évolutions du commerces

# Nouveaux outils

**Cartes et chèques-cadeaux physiques  
et dématérialisés**

**Programme de fidélisation**

**Place de marché aux couleurs du commerce local**

**Annuaire interactif des commerçants & artisans**

**Moteur de recherche local sans publicité**

**Site vitrine et/ou marchand par commerce**

**Communication réseaux sociaux, mail et SMS (en option)**

**Programme de gestion de la relation client individuel ou collectif**

# Les chèques-cadeaux



# Les programmes de fidélité

## Proposez un monde d'avantages avec un support unique

### Programme collectif

Carte cagnote, chéquier d'offres privilèges, catalogue cadeaux, offres de bienvenue ou encore tirages au sort, générez une dynamique commerciale positive favorisant la circulation des clients dans votre réseau

### Programme individuel

Chaque entreprise propose facultativement le programme de fidélité de son choix, valable dans son seul établissement. Restez indépendant tout en profitant de la dynamique collective pour gagner de nouveaux clients

## Les avantages

Un programme de fidélité permet de récompenser les meilleurs clients et de les conserver sur le long terme.

Il contribue très efficacement à l'augmentation du panier moyen et de la fréquence d'achat.

L'adhérent à un programme de fidélité privilégie les enseignes du programme plutôt que celles n'ayant pas de programme de fidélité, ou un programme moins intéressant.

En nouant une relation plus forte avec vos clients, les adhérents au programme de fidélité deviennent des ambassadeurs naturels des enseignes.

# Le manager de la relation client

## Vous allez adorer communiquer avec vos clients



**Fêtes, anniversaires, Saint-Valentin, Fête des mères, Noël, relance des client en sommeil : Toutes les occasions sont bonnes pour communiquer avec vos clients**



**Sans aucune connaissances techniques, communiquez facilement sur tous les canaux : courriers, réseaux sociaux, emails, tickets fidélité, SMS, notifications push**



**Réalisez vos campagnes en toute simplicité puis automatisez les plus rentables**



**Prospectez efficacement et de façon ciblée pour gagner rapidement de nouveaux clients**

**Avantage majeur**

**Un pouvoir  
d'achat  
supplémentaire  
au profit du  
commerce local**

# Les bénéfices des chèques-cadeaux

- 12M de chèques-cadeaux distribués/an
- 98% des chèques-cadeaux sont dépensés (70% dans les 3 mois qui suivent la distribution)
- 75% sont distribués à Noël
- +20% de CA à Noël
- 28% des français ne fréquentait pas le commerce
- 10% deviennent clients réguliers

# Les bénéfices de la carte de fidélité

- **+ 8% CA**
- **85% adhèrent quand proposée (un client fidèle coûte 2 fois moins cher à démarcher qu'un nouveau client)**
- **75% sont distribués à Noël**
- **20% des clients font 80% CA (loi de Pareto, classique mais toujours vraie)**
- **60% des français disposent d'une carte de fidélité**
- **30% en ont plusieurs**

# Les bénéfices d'une vitrine digitale

- **+ 8,5% (place de marché +27%)**
- **13% du commerce détail (87% des ventes toujours dans le commerce physique)**
- **45% des sites sont implantés dans les communes < 10 000 habitants**
- **25% des sites sont implantés dans des communes < 5000 habitants**

# Les bénéfices de l'animation et de la communication

- 80% considèrent que l'animation de la communauté est utile. La communication contribue à la proximité avec le commerçant
- 80% des e-commerçants utilisent les réseaux sociaux à des fins commerciales

# En pratique

## L'exemple de Neuville

<https://Neuville.shopping/accueil>

