



Xavier COURPOTIN

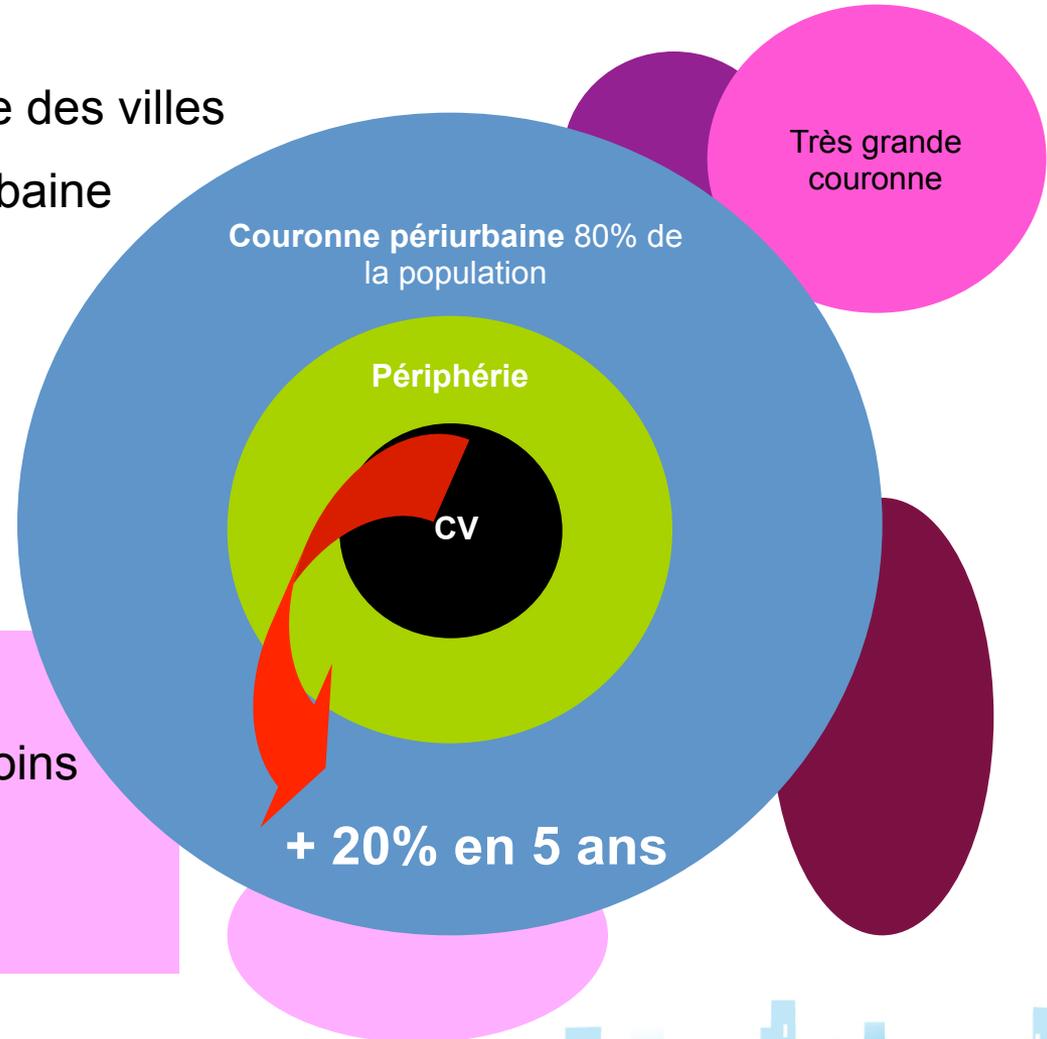
Le multi-commerce connecté,
de la fidélisation clients au City Drive,
les clés du succès.



Constat n°1

80% de la population urbaine vit en périphérie

- 95 % de la population sous influence des villes
- 75 % de la population vit en zone urbaine
- 80 % vit en périphérie
- Evolution depuis 2008: + 20 %



Conséquences directs:

- Les consommateurs se déplacent moins
- Le commerce s'adapte
- **Un consommateur cross-canal**

Constat n°2

Des clients de plus en plus omni-canal

Centre ville



E et M-commerce



Achats plaisir – Expérience sensorielle

Achats routine – Recherche d'efficacité

Centre commercial



Web to store



Constat n°3

Un vrai retour à la proximité est en marche...



Mais de + en +
utilisé en
dépannage...

Constat n°4

Evolution trop lente du commerce indépendant



**Déficit
d'Appétence
et de
communication**

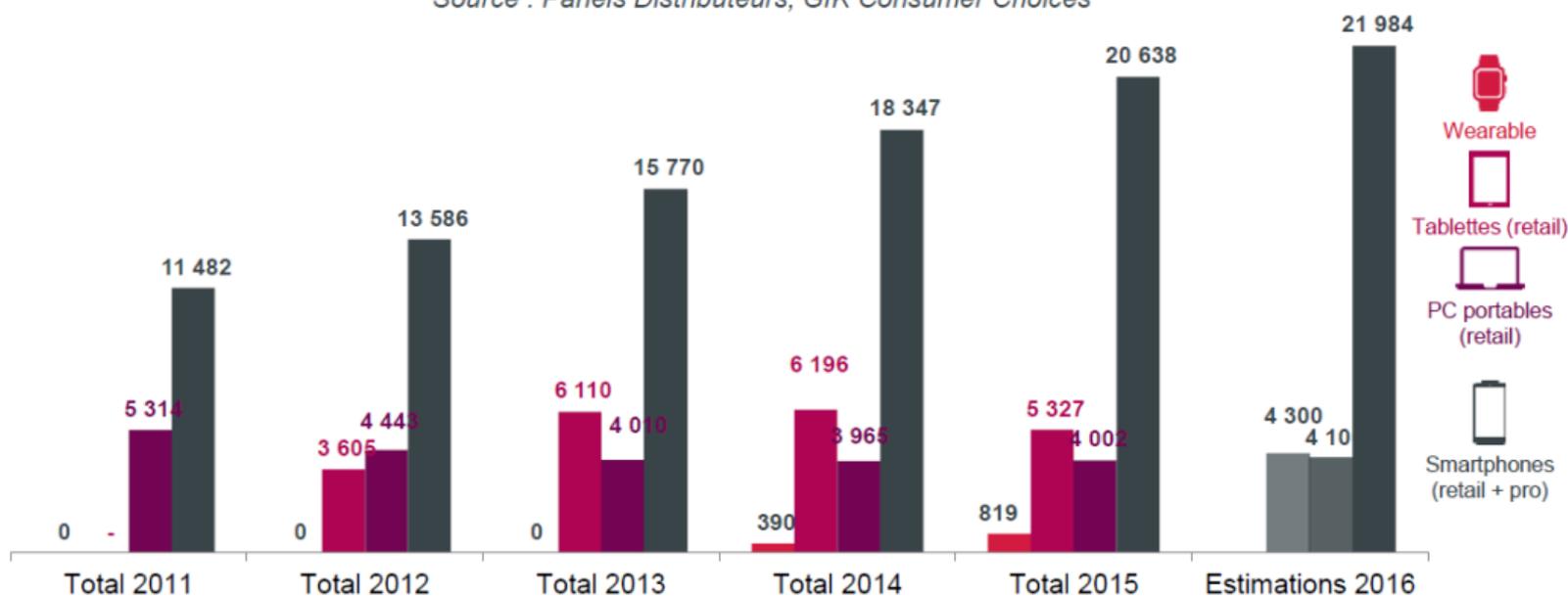
Constat n°6

De plus en plus de Smartphones

Smartphones, Tablettes et PC en perspective

Ventes annuelles de PC portables, tablettes et smartphones

Source : Panels Distributeurs, GfK Consumer Choices



Au delà de l'inexorable progression des ventes de smartphones, les ventes de tablettes vont continuer à régresser en 2016 mais être en partie compensées par le léger rebond des PC portables et la croissance des wearables



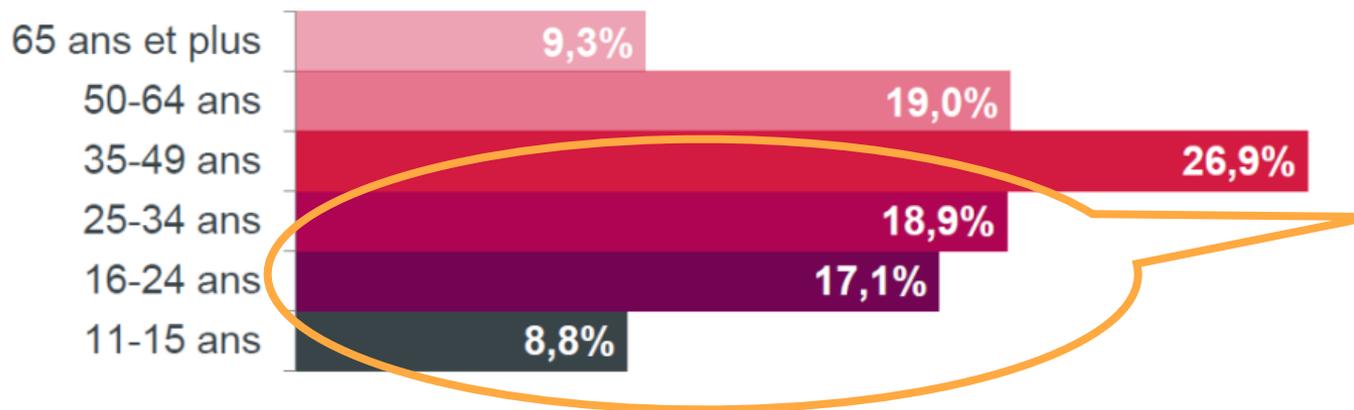
Source 2015: GfK et Médiamétrie pour la Marketing Mobile Association France

1 maubinaute sur 3 à plus de 50 ans

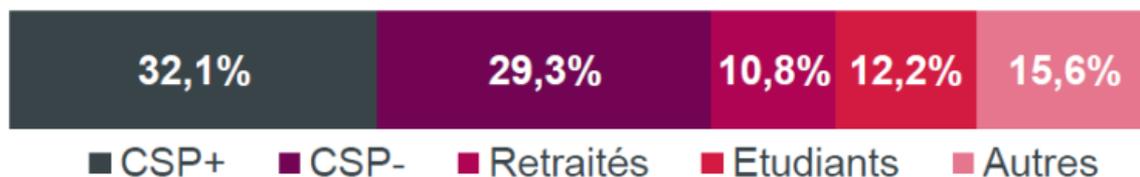
Profil des mobinautes

Base : ensemble des mobinautes de 11 ans et plus (n = 33 694 000)

Source : TSM



45 %
de clients
hyper
connectés,



MMA
MOBILE MARKETING ASSOCIATION FRANCE



Mediametrie



Source 2015: GFK et Médiamétrie pour la Marketing Mobile Association France

E et m-commerce

Le centre ville doit faire face

33,8
millions
d'acheteurs
en ligne



51,1 milliards d'€
e-commerce

+13,5 %
en 2013/2012

en 2013  8 %

du Commerce de détail
hors alimentaire

(on line produits hors alimentaire / détail hors alimentaire)

5,5 % du Commerce de détail
(total on line produits / total détail)

***Pour survivre le centre ville
doit se réinventer***

La vision Co'mercéa du commerce de demain dans la ville

- Fonctionne en réseau comme les consommateurs.
- Connaisse mieux ses consommateurs
- Innovant et s'adapte au mode de vie de ses clients
- Offre plus de services
- Connecté:
 - ✓ Plus de visibilité
 - ✓ Horaires d'ouverture élargis
 - ✓ Zone de chalandise optimisée

Le centre ville redevient une destination shopping incontournable

De la fidélité client au drive de centre-ville

Les étapes à respecter

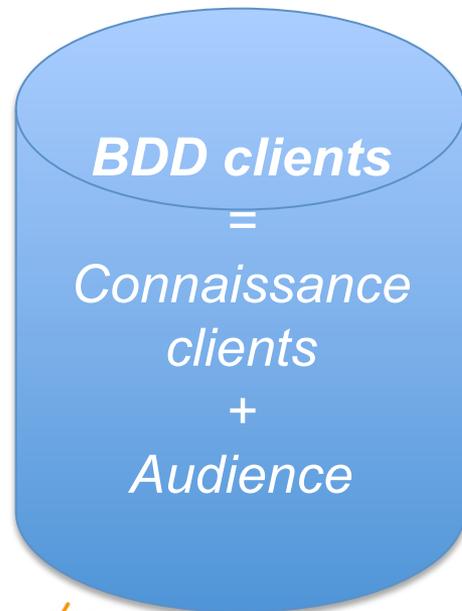
Etape n°1: Dématérialisation



Etape 2: la fidélité multi-commerce

Côté consommateur

1. Habituer les clients au commerces connectés
2. Créer une relation client plus forte
3. Construire une base clients géolocalisés



Côté commerçants

1. Appropriation des nouveaux outils
2. Plus de proximité clients
3. Hausse de la fréquence et du panier
- 4. Preuve de l'efficacité**

Etape 3: Créer de la valeur pour le client

Plus de pouvoir d'achat

1 point
fidélité

E-CHÈQUES FIDÉLITÉ

émission automatisée
par tranche de 8€



E-COUPONS

Création et envoi
d'offres clients ciblées



E-BONS PLANS

Création et envoi d'offres
à toute la base de données



Plus de services



RÉSERVATION EN LIGNE

pour les restaurants,
coiffeurs, spa...



PAIEMENT DES PARKINGS

Vos clients payent
avec leurs points fidélité

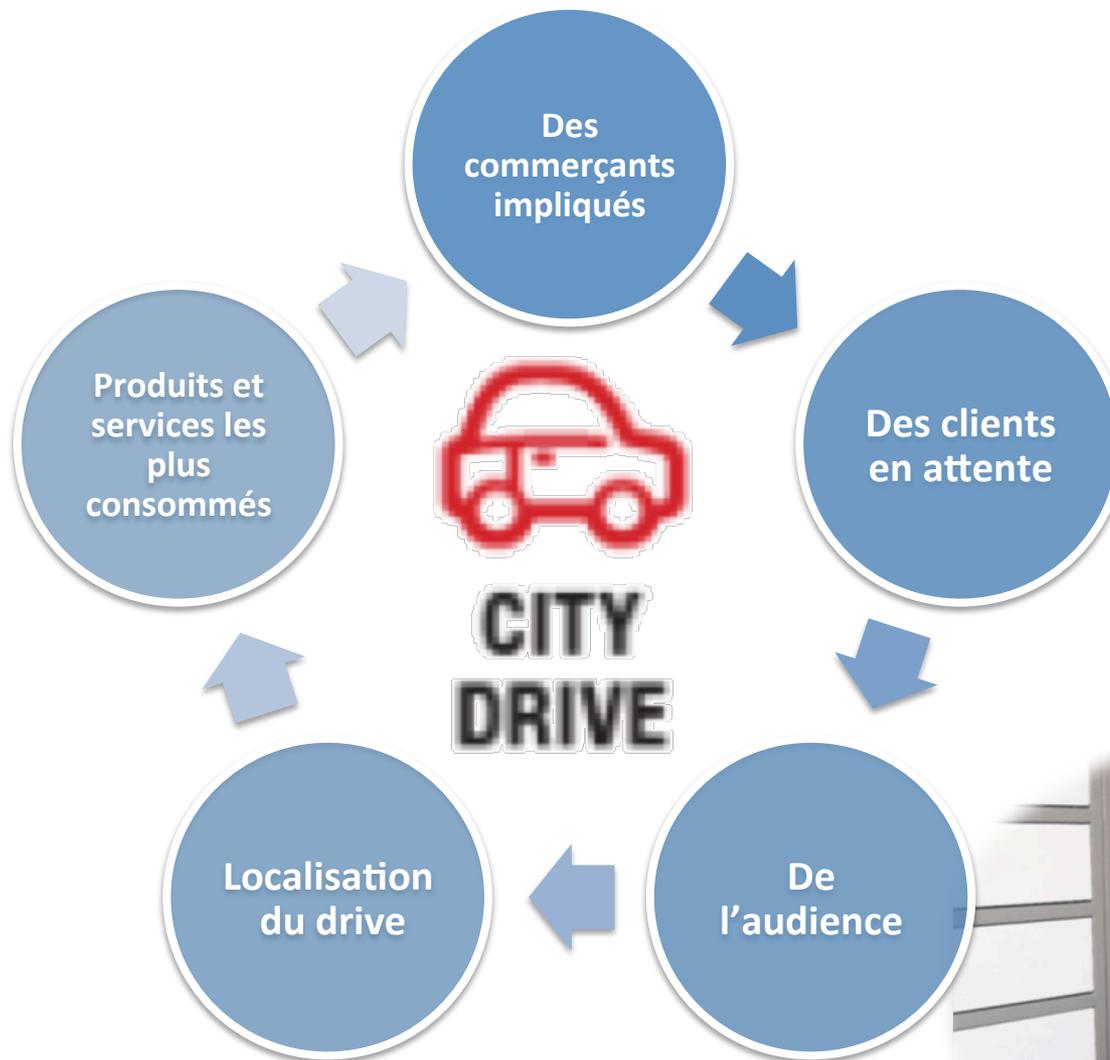


CHÈQUES CADEAUX

Captez des clients
en entreprise

Etape 4:

Vous êtes prêt à lancer votre drive multi-commerces



Grâce au programme de fidélité multi-commerces vous avez posé les conditions favorables !



Découvrir nos outils, notre méthode en détail ?

RDV stand 22

Face au stand Starbucks coffee



Gianni Bertolé
Directeur technique
06 58 35 58 03

Xavier Courpotin
Directeur Marketing
06 81 29 93 43

Pour tout renseignement contactez



Gianni Bertolé
Directeur technique
06 58 35 58 03

Xavier Courpotin
Directeur Marketing
06 81 29 93 43

