



freebees

Solutions d'affaires

CONSEILS POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE D'ACHAT DE VOS CLIENTS

En cette ère où les nouvelles technologies évoluent rapidement, les commerçants se doivent d'adapter leurs stratégies marketing en fonction des nouveaux outils mis à leur disposition et de suivre la tendance pour continuer d'améliorer l'expérience-client de consommateurs de plus en plus exigeants.

De nos jours, les consommateurs ont l'embaras du choix pour se procurer des produits et services. Assurez-vous de faire partie de leurs choix!

FIDÉLISEZ VOTRE CLIENTÈLE

Les études le prouvent : Il est connu et reconnu qu'il coûte jusqu'à sept fois plus cher de conquérir de nouveaux clients que de conserver ceux existants. Les consommateurs fidèles achètent 90% plus souvent, dépensent 60% de plus par transaction et sont cinq fois plus susceptibles de revenir faire affaire avec vous.

Pour ce faire, il faut créer un bon programme de fidélisation qui plaira réellement aux consommateurs.

La chose la plus importante d'un programme de fidélisation, c'est qu'il y ait une clarté quant à la valeur des points et à la façon de les récupérer, et ensuite un retour des récompenses rapide. Plus votre programme sera généreux et plus il offrira de liberté aux clients, le plus efficace il sera.

AUGMENTEZ L'EFFICACITÉ DE VOTRE MARKETING

Comprendre et analyser les habitudes de consommation de vos clients est indispensable pour leur offrir ce dont ils désirent réellement, mais l'exercice peut s'avérer long et ardu.

En intégrant une plateforme de fidélisation dans votre commerce, vous recueillez des informations vous permettant de mieux comprendre les habitudes d'achat et ainsi récompenser vos clients pour leur fidélité comme il se doit, selon la fréquence de leurs visites ou les produits qu'ils consomment.

UTILISEZ LES NOUVELLES TECHNOLOGIES À VOTRE DISPOSITION

Les réseaux sociaux et autres technologies modernes ont changé la façon de magasiner des consommateurs. Téléphone intelligent en main, tout leur devient accessible en un clic.

Saviez-vous que des technologies sont à votre disposition pour communiquer directement avec ces personnes sur leur appareil mobile?

Marketing de proximité

Comme son nom l'indique, le marketing de proximité désigne l'ensemble des techniques marketing utilisées pour toucher des prospects ou clients situés à proximité d'un point de vente ou de service.

En téléchargeant l'application mobile de votre programme de fidélisation, les clients pourraient ainsi recevoir des messages personnalisés en fonction de leur profil en se présentant dans votre établissement et même recevoir un message ou une promotion à un endroit bien précis pour leur parler de votre produit vedette grâce à la nouvelle technologie *iBeacon*.

L'iBeacon est une balise de géolocalisation qui fonctionne sur le même principe qu'une borne Wifi. Cette petite balise bluetooth va émettre un signal pour entrer en interaction avec les smartphones présents dans une zone.

Des offres ciblées

Une notification push ou push notification est un message d'alerte envoyé à l'utilisateur d'un téléphone intelligent et qui est lié à l'installation d'une application mobile.

Encore mieux qu'une *newsletter* ou qu'une publication *Facebook*, votre programme pourrait donc vous permettre d'envoyer des messages ciblés par courriel et/ou notifications Push (sur l'application mobile) à une clientèle bien précise pour leur annoncer une promotion, un événement ou toute autre information susceptible de les intéresser.

Le but n'est pas de les inonder de courriels et d'offres promotionnelles comme le font certains programmes, mais de cibler leurs intérêts pour leur faire parvenir des offres et informations utiles et intéressantes.

Pour en apprendre davantage sur le sujet, nous vous invitons à communiquer avec l'Équipe Freebees par courriel à info@pointsfreebees.com ou par téléphone au 450-500-1495.

Par Philippe Londei
Vice-Président et co-fondateur
Les Points Freebees