Application 2 – Les différentes techniques de la fidélisation (p. 109)

« Points fidélité »

Avantages clients :

Des points fidélité pour chaque achat dans le magasin ou chez un partenaire

Convertis en cadeaux, bons d'achat

Objectifs de fidélisation :

Valoriser chaque achat

Créer un partenariat avec d'autres enseignes

Inciter le client à revenir pour utiliser ses bons d'achats

« Des invitations »

Avantages clients :

Connaître les différentes tendances

Être prioritaire sur les promotions, les ventes privées

Objectifs de fidélisation :

Valoriser les clients qui sont des VIP

Nouer un contact privilégié

« Des avantages adaptés aux goûts du client »

Avantages clients :

Offres sur les marques et rayons préférés

Objectifs de fidélisation :

Connaître sa clientèle

Cibler ses actions commerciales pour une meilleure rentabilité

Créer une base de données précise

« Des services simplifiés »

Avantages clients :

Accès à des services avantageux car simplifiés :

– Pas de ticket de caisse pour l'échange

– Retouche simple gratuite

Objectifs de fidélisation :

Se distinguer des concurrents par un geste commercial qui va simplifier l'acte d'achat pour le client