

La solution FRANCHISES FIDELITY CARD



Entre les coupons papiers peu valorisants et les systèmes informatiques centralisés trop lourds, existe-t-il un système de fidélisation qui vous corresponde parfaitement, simple, puissant, évolutif et peu onéreux ?

Basé sur la technologie de la carte à puce, les systèmes de fidélisation **Fidelity Card** vous aident à **mieux connaître vos clients**, à leur apporter le service qu'ils attendent et donc à les **fidéliser**.

Souple, évolutive, la carte à puce offre de multiples possibilités : **voire application de fidélisation est complètement personnalisée**. Elle vous permet de vous différencier et de cibler vos clients.

La solution **Fidelity Card** vous permet de construire la solution idéale pour votre activité, ce n'est pas qu'un simple système de fidélisation, c'est un véritable outil marketing !



Quelques informations sur la fidélité

Pour de nombreux commerçants, le commerce aujourd'hui ne se limite plus à attendre le chaland, il faut faire preuve de beaucoup de persuasion pour attirer les clients et les faire consommer.

Au départ, il y a le magasin, son emplacement, sa vitrine. Mais pour faire venir les clients, il convient de faire savoir que votre commerce existe.

Pour cela, il y a la publicité (chère) ou le bouche à oreille (long), mais quoiqu'il en soit il faut choisir l'une de ces 2 options.

Ensuite, il y a 2 options :

1. Continuer à rechercher de nouveaux clients, le bouche à oreille commence à fonctionner et la publicité peut renforcer la recherche, mais reste chère.
2. Conserver les clients acquis. Bien entendu l'accueil, la qualité du produit vendu, l'étendue de l'offre, le prix y seront pour beaucoup.

Mais vous ne pouvez empêcher les clients de papillonner d'un magasin à l'autre.

Aujourd'hui, l'offre concurrentielle est vaste et la différence d'un magasin à l'autre est extrêmement faible. Le point fort de l'un est le point faible de l'autre.

C'est là qu'intervient la **carte de fidélité**. Il ne s'agit pas d'une solution récente, dès le début du commerce, les commerçants ont eu tendance à récompenser les bons clients. Simplement aujourd'hui, il devient difficile de se contenter d'une simple carte avec tampons.

La carte de fidélité a d'ailleurs beaucoup changée.

Il se s'agit plus de récompenser les bons clients à terme, mais de positionner le consommateur anonyme en client privilégié.

Grâce aux nouvelles technologies elle doit permettre de réellement gérer la clientèle au lieu de l'attendre sur le pas de la porte.

Certains vous diront que la carte de fidélité ne sert qu'à **fidéliser les clients fidèles**, sous entendu elle ne sert à rien. FAUX, bien entendu, c'est déjà une de ses premières fonctions, **conserver ses clients**, ne pas attendre qu'ils changent de fournisseur pour réagir.

Mais au delà, une carte doit permettre la mise en place de moyens de contrôle simples et efficaces pour contrôler cette hémorragie de clients et augmenter le nombre des **clients fidèles**.

La carte de fidélité va permettre d'intervenir de façon efficace sur cette gestion en repérant les bons clients et les **bons clients potentiels**.

Pour cela il y a des règles de base simples à respecter :

1. Enregistrez les données clients avec un maximum de renseignements : nom, adresse, téléphone, Email, portable, date d'anniversaire, etc.
2. Ainsi que toute information susceptible de vous aider à mieux le cerner et à lui proposer des offres adaptées.
3. Enregistrez tous les achats réalisés chez les commerçants de l'association.
4. Offrir des remises suffisamment attrayantes pour que vos clients aient envie de revenir.
5. Gérez cette base d'information pour la faire vivre et animer le réseau.

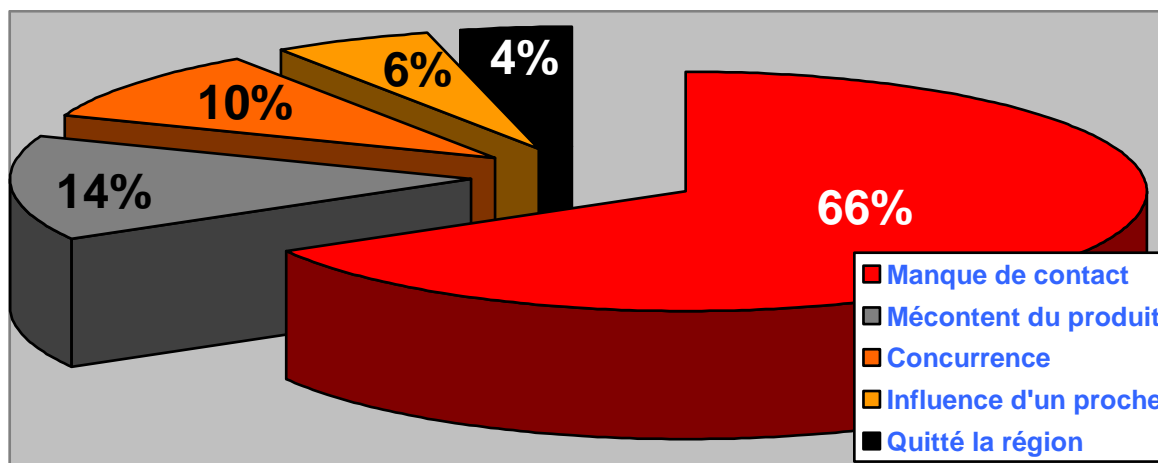
Quelques chiffres sur votre clientèle

D'après les avis des experts et suivant les commerces **20 à 30% des clients réalisent 70 à 80% de votre Chiffre d'Affaire.**
 Gagner un nouveau client coûte **3 à 10 fois plus cher** que de conserver ceux existants.
 Augmenter votre Chiffre d'Affaire de 5 à 10% grâce au programme Fidélité Card **augmentera votre bénéfice de 25 à 50%.**

Première question, pourquoi les clients ne reviennent-ils pas ?

- ✚ **60 à 70% par manque de contact** et manque d'information. Bien entendu, ce n'est pas à la première visite que l'on va connaître un commerce, d'où l'intérêt de justifier de nouveaux contacts.
- ✚ **10 à 15% sont mécontents** du produit ou du service. Faites attention à votre offre !
- ✚ **8 à 10% sont séduits par les efforts des concurrents.** Certains sont déjà très dynamiques, notamment les chaînes et les franchises disposant d'un service marketing important, les centres commerciaux attirent également un grand nombre de consommateurs.
- ✚ **3 à 6% sont influencés par un proche**, un ami de la famille. Les systèmes de parrainage sont faits pour ça.
- ✚ **3 à 4% ont quitté la région.**

A l'analyse des chiffres, on s'aperçoit qu'il est possible d'agir sur une grande partie de ces défections, et la relation client prend ici toute son importance.



Alors la carte de fidélité, quelle rôle peut elle jouer ?

Elle peut aider à améliorer cette fuite en récompensant les meilleurs clients sur leurs visites. Mais ce n'est pas une finalité. Le mode 'travail bien tu seras récompensé' a fait long feu et même dans les écoles, il ne fait plus recette. Par contre, personne n'est insensible à un cadeau.

Vous devez donc mettre en place un système qui va permettre de valoriser vos clients, de les connaître en tant que tel, les cadeaux seront un plus.

Aujourd'hui, la carte de fidélité se généralise et est adoptée par l'ensemble des grandes enseignes et des franchises. Cela devient donc un standard de satisfaction des clients. Ne pas avoir de carte de fidélité revient à se dévaloriser par rapport à ces leaders qui régissent les habitudes de vos clients.

70% des porteurs de cartes pensent qu'ils bénéficient d'avantages par rapport aux autres clients.

Ces grandes enseignes ont établi des études précises sur cette solution et elles ont constaté qu'un client fidèle consomme en moyenne **2 fois plus qu'un autre.**

La carte de FIDELITE, oui, mais plus la carte des années 50 avec 5 tampons pour un cadeau.

Vous devez dès aujourd'hui lutter avec les armes du XXIème siècle.

La solution Fidelity Card associe 3 éléments incontournables de ce début du 3^{ème} millénaire pour mettre en place une vraie carte qui deviendra la **complice de vos clients.**

- ✚ La carte à puce : le support valorisant par excellence
- ✚ L'informatique : l'outil indispensable pour la gestion des clients
- ✚ La micro électronique : pour une saisie simple et rapide des données

Quelle différence entre une carte de fidélité et FIDELITY CARD

FIDELITY CARD va réellement **gérer vos clients**, calculer les remises que vous leur accorderez suivant les modes de consommation de chacun.

Vous allez connaître avec précision le **statut exact de chacun de vos clients**. Vous saurez tout sur ses différentes visites et surtout vous serez alertés sur l'espacement de celles-ci.

Vous pourrez **influencer les rythmes de ces visites** et redresser la barre si nécessaire grâce à des offres ponctuelles ciblées, des invitations personnelles, voir de simples informations sur la vie de votre commerce.

Là où la carte de fidélité se limite à constater les faits, FIDELITY CARD va vous permettre d'influencer la démarche de vos clients et de les valoriser par un **véritable statut « privilégié »**.

Vous pourrez à cela ajouter des fonctions de parrainage, ce qui vous amènera de nouveaux clients dans d'excellentes conditions.

Grâce à FIDELITY CARD, vous allez pouvoir développer la recherche de nouveaux clients, car vous saurez les fidéliser et **les nouveaux ne remplaceront plus ceux qui partent** comme c'est souvent le cas.

FIDELITY CARD a conçu cette version spécifiquement pour la gestion multi commerces, elle permet de mettre en commun les informations et de **fidéliser les clients sur un groupe de commerces**, qu'ils soient en gestion intégrée, en enseigne fédérée ou en franchises.

Suivant le cas et le paramétrage, les cartes pourront fonctionner sur l'ensemble des sites ou individuellement par magasin. Ce qui signifie que dans un cas, les remises sont cumulées et utilisées sur l'ensemble du réseau, alors que dans une application individuelle, les remises ne pourront fonctionner que sur un ou plusieurs commerces d'une même entité.

L'application FIDELITY CARD permet d'utiliser indépendamment sur les terminaux Xpad des cartes individuelles et des cartes nationales.

La solution consistant à créer en commun une carte de fidélité va permettre à vos clients d'accumuler rapidement des remises avec lesquels ils pourront s'offrir des petits plus qui seront comme des cadeaux à répétition offert par l'enseigne. Créant ainsi **une véritable complicité entre vous**.

Les données statistiques collectées au fur et à mesure de l'utilisation de la carte seront **des outils considérables** pour faire évoluer vos offres et vos services. L'utilisation de ces fichiers pour réaliser des mailings, l'accès au site Internet, la communication via les Email sont autant d'outils indispensables au développement d'une zone de proximité et ne doivent pas être abandonnés aux seuls ventes par correspondance.

La solution FIDELITY CARD offre un avantage unique dans sa catégorie, elle est **une carte de fidélité à vie pour le client**. En effet, le principe même du fonctionnement de la carte ne permet jamais au client de solder son compte de fidélité. A l'inverse de n'importe quelle autre solution. Une fois que le client a récupéré son cadeau il n'a plus aucune incitation à continuer de fréquenter le ou les commerçants. La solution se différencie par son mode de fonctionnement : FIDELITY CARD calcul une remise lors de chaque achat et la stocke dans la carte. Pour utiliser cette remise, le client doit revenir consommer auprès des commerçants. Lors de cette consommation, même si il décide d'utiliser la totalité du contenu de sa carte, une nouvelle remise sera calculée et stockée dans sa carte. Cette nouvelle remise ne sera utilisable que lors d'un prochain passage pour un nouvel achat. Cette solution mise en place par FIDELITY CARD permet de conserver en permanence le client et à ce titre est **une réelle carte de fidélité**.

La solution FIDELITY CARD

FIDELITY CARD est une application de fidélité pour magasins indépendants, franchises, centres commerciaux,...

FIDELITY CARD gère plusieurs niveaux de cartes de fidélité :

La carte de la franchise ou de l'enseigne, permet de créer un noyau dur de clients qui seront autant de parrains potentiels pour en amener de nouveaux.

Des cartes génériques, complémentaires du métier de base de la franchise,

- Les membres du **comité d'entreprise** d'une grosse société couvrant toute une ville, un département voir plusieurs départements par exemple pourront bénéficier des avantages accordés aux meilleurs clients de l'enseigne.
- Les **supporters** du club de Foot de la ville, pourront également bénéficier d'avantages et permettre au club de recruter des sponsors auprès des commerçants au prorata des achats réalisés par leurs supporters.
- Les membres d'une **carte nationale** dédié à une population clairement identifiée (commerciaux, seniors, clubs de sports pourraient également bénéficier d'avantages au sein de l'enseigne.



Ainsi différentes cartes seront acceptées auprès de chaque commerçant en fonction des accords passés avec les différents intervenants régionaux ou nationaux.

Pour chacune de ces cartes, des niveaux de remises différents pourront être paramétrés et modifiés individuellement à tout moment.

La Solution Multi Commerces

La solution multi commerces consiste à cumuler des remises lors de chaque achat auprès des commerçants de l'enseigne ou de la franchise.

Ces remises sont cumulées dans la carte des porteurs et sur un système de gestion centralisée.

Cette gestion centralisée assure la gestion complète de la carte de fidélité de l'enseigne.

Les remises cumulés dans les **cartes à puce** peuvent à tout moment être utilisées par le porteur auprès de l'un quelconque des commerçants de l'enseigne.

Il n'y a aucune attente ni demande compliquée à formuler, le porteur présente sa carte et si le contenu le permet, il l'utilise pour régler tout ou partie de son achat chez le commerçant, sans connexion au serveur, tout est réalisé à l'aide de la carte à puce du client très rapidement et très simplement.

Equipement des commerçants

Chaque commerçant est équipé d'un mini terminal Xpad avec un socle pour le rechargement des batteries.

Le socle comporte un modem qui permettra la liaison avec le serveur de gestion.

Suivant la taille du magasin, plusieurs Xpad peuvent être utilisés avec le même socle ou avec un socle chacun.

L'installation se limite donc au raccordement du socle sur une ligne téléphonique et sur une prise de courant.

Cette solution permet d'isoler la gestion de la carte de fidélité de tout autre système.

L'application est entièrement autonome et ne dépend pas de l'évolution des autres outils de gestion en place (caisse ou terminal bancaire).



Utilisation en magasin

Lors de chaque vente, le commerçant introduit la carte du client dans le Xpad et saisie le montant de l'achat. Le Xpad calcule automatiquement le montant de la remise suivant la famille de produit, l'ajoute au contenu de la carte et enregistre l'information dans la mémoire du Xpad.

Temps moyen de traitement < 10 secondes.

Entre chaque vente ou en fin de journée, le Xpad est posé sur son socle.

Cette action assure un maintien permanent de la charge des batteries et permet au Xpad de se connecter au serveur pour transmettre les données stockées en mémoire.

Aucun risque de perte de données, le Xpad peut conserver en mémoire jusqu'à 2000 historiques et dispose d'une autonomie de fonctionnement sur batteries de plusieurs semaines.

Synchronisation

La synchronisation a lieu la nuit et est déclenchée automatiquement par le Xpad. Elle permet de transférer les transactions réalisées depuis la dernière connexion vers le serveur de gestion et de transférer les nouveaux paramètres si ceux-ci ont été modifiés depuis la dernière connexion.

Une synchronisation dure en moyenne 1 à 2 minutes et ne nécessite pas d'autre équipement qu'une ligne téléphonique (non dédiée, la ligne de téléphone normale ou la ligne de fax par exemple puisqu'elle n'est utilisée que la nuit à une heure où le commerce est fermé)

Les outils de la carte

L'argument principal de cette solution est son extrême souplesse à tous les niveaux :

- Le **Xpad**, mini terminal dédié à la fidélité est très simple à manipuler. Le programme en mémoire peut être modifié très facilement pour s'adapter aux besoins de l'application. Il peut fonctionner dans la langue du pays ou du commerçant et il peut gérer différents niveaux de fidélité.
- **Les cartes** : il s'agit de cartes à puce permettant un fonctionnement simple et puissant. Elles permettent de gérer la fidélité d'un ensemble de commerçants en temps réel de manière totalement autonome. Les cartes sont imprimées au logo de l'enseigne et personnalisées individuellement avec les données du porteur (prénom, nom, Numéro de carte, date de création et magasin de création)
- **La communication** : suivant l'équipement des magasins et surtout suivant leur évolution, la communication peut être réalisée par modem et évoluer vers une communication Ethernet par la suite. Dans tous les cas la communication avec les serveurs de gestion est extrêmement rapide et sécurisée. Elle ne nécessite en générale qu'une ou 2 minutes par jour.
- **L'hébergement** des données sur notre site permet de déléguer l'ensemble de la gestion de la carte de fidélité. Des états complets sont envoyés par Email ou par courrier à chaque commerçant pour les données le concernant et à l'enseigne pour les données d'ensemble. Des états supplémentaires, des envois de mailings d'Email de SMS peuvent être générés très rapidement à partir des informations contenues dans la base de données.
- Un portail **Internet** permet à chaque commerçant d'accéder à ses propres données, l'enseigne accède à l'ensemble des données et chaque porteur de carte accède à ses données personnelles.

The screenshot shows a web interface titled 'Gestion Client'. It displays a transaction history for a customer named Madame Elm BASSUIZE. The table has columns for Date, Sés, Action, Produit, Montant, Ajout, and Retrait. The data shows several transactions with amounts ranging from 10.00 to 50.00.

Date	Sés	Action	Produit	Montant	Ajout	Retrait
08/08/2004	MADAME ELM BASSUIZE	AJOUT FAMILIA FNE	MENU FNE	15.00	5.00	10.00
08/08/2004	MADAME ELM BASSUIZE	AJOUT FAMILIA FNE	MENU FNE	10.00	1.00	9.00
08/08/2004	MADAME ELM BASSUIZE	AJOUT FAMILIA FNE	CARTE FNE	72.45	9.95	62.50
08/08/2004	MADAME ELM BASSUIZE	AJOUT FAMILIA FNE	MENU FNE	45.00	4.50	50.00
07/08/2004	MADAME ELM BASSUIZE	AJOUT FAMILIA FNE	MENU FNE	0.00	2.00	10.00
01/08/2004	MADAME ELM BASSUIZE	AJOUT FAMILIA FNE	MENU FNE	45.00	4.50	50.00
01/08/2004	MADAME ELM BASSUIZE	AJOUT FAMILIA FNE	CARTE FNE	50.00	5.00	55.00

Les remises aux clients

Chaque achat déclenche un cumul de remise dans la carte. Ces remises sont ensuite utilisables pour régler un achat ou un service auprès des commerçants de l'enseigne.

L'utilisation des remises peut être liée à un nombre de visites avant d'être utilisés. Le calcul des remises peut-être lié à une famille de produits ou service permettant d'adapter l'offre à la marge dégagée par chacun d'eux. Voir exemples ci-dessous. Les listes de familles de produits ou service peuvent être individualisées par point de vente afin de s'adapter à des spécificités régionales.

Ces listes peuvent être modifiées à tout moment afin d'adapter son offre suivant la période (solde, promotions, rentrée scolaire, Noël...), la saison (été, hiver...) les animations de la ville (quinzaine commerciale) ou individuelles (inauguration, lancement produit...)



Les modes de calcul peuvent être définis de la façon suivante :

- + Unique pour l'ensemble des points de vente
 Chaque vente génère un calcul de points identiques, exemple 3% du montant de l'achat.

- + Unique par point de vente
 Chaque vente génère un calcul de points individualisé par commerçant.
Exemple :
 5% dans un restaurant
 2% dans la boulangerie
 etc.

- + Variable par famille sur l'ensemble du réseau ou individualisé et par point de vente
 La valeur des points remis aux clients peut varier en fonction des produits achetés, non pas par produit, la saisie serait trop longue mais par grande famille de produits.
Exemple pour un restaurant :
 10% pour un repas à la carte
 5% pour une formule midi
 8% pour une formule soir
 10% pour un repas à la carte le soir
 Ou inversement suivant le type de restaurant.
 Etc.

Chaque commerçant est libre de choisir les remises accordées et de les modifier suivant son activité.

Chaque Xpad est personnalisé par commerçant. La seule chose qui compte étant le montant de la remise accordée au porteur de carte lors d'un achat.

Chacune de ces remises peuvent être modifiées individuellement lors d'une animation.

- Nouvelle collection, nouvelle carte
- Foire ou braderie dans la ville
- Manifestation locale (match de foot, compétition sportive liée à l'enseigne etc)

Ou collectivement pour une période précise

- Lancement d'un nouveau produit ou service
- Noël, fête des mères, rentrée des classes etc.
- Manifestation sportive nationale en rapport avec l'enseigne
- Prés saison, fin de saison

Utilisation des remises cumulées

Une fonction peut être activée permettant de n'accéder à ces remises qu'après un certain nombre de visites auprès des commerçants de l'enseigne.

Dans ce cas, lors de chaque achat, le Xpad calcul la remise accordée par le commerçant et la stocke dans un compteur provisoire. Lorsque le nombre d'achats nécessaires est atteint, le montant cumulé est automatiquement transféré dans le compteur définitif et peut être utilisé pour régler un achat ou un service auprès de n'importe quel commerce de l'enseigne. Le nombre de visites et le cumul sont automatiquement remis à zéro pour une nouvelle acquisition de remises.



Exemple :

Nombre d'achat = 5, le montant total des remises cumulées dans la carte sera disponible lors du 6^{ème} achat.

Dès l'introduction de la carte dans le Xpad, le montant disponible pour régler un achat est affiché à l'écran

Les montants en attente et le nombre de visite en cours peuvent être lus sur le Xpad lors de la visite d'un client afin de l'informer de la prochaine disponibilité de sa remise.

Date de validité

Une date de validité est utilisée pour gérer le réabonnement du client à la carte de fidélité. Voir le chapitre financement.

Date d'utilisation

La date d'utilisation de la carte est activée pour mesurer les vrais clients fidèles.

Lorsqu'une carte n'a pas été utilisée durant 6 mois, elle est considérée comme perdue et ne sera plus acceptée sur les terminaux Xpad des commerçants. La carte peut être réactivée, mais les points en cours sont perdus.

Les bons cadeaux

Lors d'animation, des bons cadeaux peuvent être distribués auprès des porteurs, pour un anniversaire, un parrainage, un achat important, un tirage au sort etc. dans ce cas les bons cadeaux sont émis par l'enseigne et doivent être validés chez un commerçant pour transférer la valeur dans la carte. Cette solution autorise de nombreuses opérations et crée d'excellents contacts avec le commerçant ayant validé le cadeau.









Paramètres

Le paramétrage des Xpad

Lors de la mise en place du Xpad auprès d'un commerçant, un premier paramétrage de base est chargé en mémoire.

Ensuite, une fois posé sur son socle et relié à une ligne téléphonique, une connexion manuelle est lancée. Dès la connexion au serveur, l'échange commence et les paramètres du magasin mis à jour sur le serveur de gestion sont transférés dans sa mémoire. Ces paramètres concernent :

-  Le N° de téléphone du centre de gestion
-  L'heure d'appel programmée
-  **Les conditions d'attribution des points définis par commerce**
-  Le nombre de visites nécessaire pour l'attribution des remises
-  Les pages écrans personnalisées
-  Etc

Les principaux paramètres concernent essentiellement les différentes remises attribuées par chaque commerçant.

Lorsqu'un commerçant décide de modifier la valeur de calcul ou un paramètre de calcul de cette valeur, il en informe le centre de gestion qui met la base de données à jour. Le Xpad sera automatiquement mis à jour lors de la prochaine synchronisation.

Si le commerçant souhaite une mise à jour immédiate, il déclenche une synchronisation manuelle.

Le commerçant peut par exemple, modifier à tout moment le nombre de points distribués pour une période de promotion, une quinzaine commerciale, un anniversaire, etc.

Cartes

Personnalisation graphique

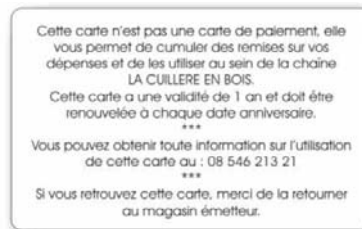
La première étape consiste à imprimer des cartes à puce avec le logo de l'enseigne. Ensuite lors de la fabrication individuelle des cartes, les coordonnées du point de vente ou le client à demandé sa carte est imprimé sur la partie réservée à cet effet.

Les coordonnées du porteur sont également imprimés sur la carte :

- Prénom et nom
- Numéro de la carte
- Date de création de la carte



Le verso de la carte peut être utilisé pour des informations concernant le fonctionnement de l'application, l'adresse de l'association si la carte est égarée ou un sponsor utilisant la carte comme vecteur publicitaire (radio locale, banque, concessionnaire auto, grand magasin etc.)



La fabrication des cartes

Les cartes sont fabriquées par Universal Electronics à partir des données envoyées par l'enseigne ou par les points de vente (suivant organisation).

Ces données sont saisies sur Internet grâce à un code personnel et sont traitées par Universal Electronics qui fabrique la carte et l'expédie au client avec un courrier personnalisé au nom de l'enseigne et du magasin.

Si une carte est créée pour un porteur à la suite d'un achat, le commerçant le précise à la commande et ce premier achat sera porté au crédit du client au moment de la création.



Gestion

La gestion centralisée

Chaque terminal Xpad est paramétré pour appeler automatiquement le central à une heure fixe, chaque jour ou certains jours de la semaine.

Lors de chaque synchronisation, le Xpad remonte les historiques de chaque transaction effectuée depuis la dernière connexion et reçoit en échange les nouveaux paramètres si ceux-ci ont été modifiés.

Les Xpad peuvent gérer jusqu'à 2000 transactions en mémoire entre chaque synchronisation.

Les informations recueillies

Lors de chaque transaction, les données sont enregistrées dans la carte à puce et dans la mémoire du Xpad.

Ces données concernent la transaction et le client :

- ✚ Le code client
- ✚ Le code commerçant
- ✚ Le code magasin
- ✚ Le code terminal
- ✚ Le montant de la transaction
- ✚ Le solde dans la carte
- ✚ La famille de produits (si activée)
- ✚ La date et l'heure de la transaction



Toutes ces informations sont stockées dans la base de données et pourront par la suite être exploitées à des fins marketing et de gestion.

Chaque fin de mois, une liste détaillée des transactions est transmise à chaque commerçant comportant :

La date et l'heure, le nom du client, le montant de l'achat, la famille de produits, le montant de la remise accordée, le solde en cours dans la carte.

Plus des états statistiques sur le nombre de visites, le montant traité avec les cartes, le panier moyen et un classement au sein de l'association sur les mini maxi et moyenne des états.

Des extractions sur ces données peuvent être réalisées au profit de l'enseigne ou de l'un des commerçants. Elles peuvent être extraites sous différentes formes suivant les besoins, fichiers texte, Excel, Access, Word ou papier, étiquette...

Elles peuvent être adressées par courrier ou Internet, sur demande ou systématiquement

Le site Internet

Ces données sont immédiatement mises en ligne et consultables

- Par les porteurs pour connaître les montants en cours et disponibles et vérifier les derniers achats réalisés chez les commerçants.
- Par les commerçants pour connaître le détail des transactions réalisées lors d'une période définie.
- Par l'enseigne pour suivre l'évolution au jour le jour de la carte de fidélité

Equipements

Commerçant

L'équipement d'un commerce se limite à un terminal Xpad et son socle modem.

Si le commerce est important, plusieurs xpad peuvent être utilisés.

En période de forte affluence, des Xpad supplémentaires peuvent être loués pour augmenter le débit des magasins (Noël, Fête des mères...)

Les Xpad sont maintenus et entretenus par Universal Electronics dans le cadre de ce contrat.



Centre de gestion

Le centre de synchronisation est installé chez Universal Electronics qui gère l'ensemble de l'application pour l'association.

- les connexions avec les Xpad,
- Le paramétrage et la mise à jour des bases de données,
- la caisse de compensation entre magasins,
- la fabrication des cartes à puce
- leur personnalisation individuelle
- l'expédition directe chez le client final
- l'édition des états de gestion et des statistiques
- la maintenance des bases et les traitements
- la mise à jour du site Internet pour les commerçants, l'enseigne et les clients

INTERNET

La base de données Clients et notamment les historiques des transactions peuvent être mis en ligne afin d'être accessibles au travers d'Internet par le client final.

Le client peut alors consulter l'état de ses points à tout moment, ainsi que la liste des magasins, etc...

Cette option peut être soit hébergée soit sur notre site, soit sur le site de l'enseigne si il existe.

Circuit des Xpad

L'enseigne crée un nouvel adhérent.

Les données sont saisies directement sur Internet : nom, adresse et informations générales, paramètres, remises accordées par famille et par programme.

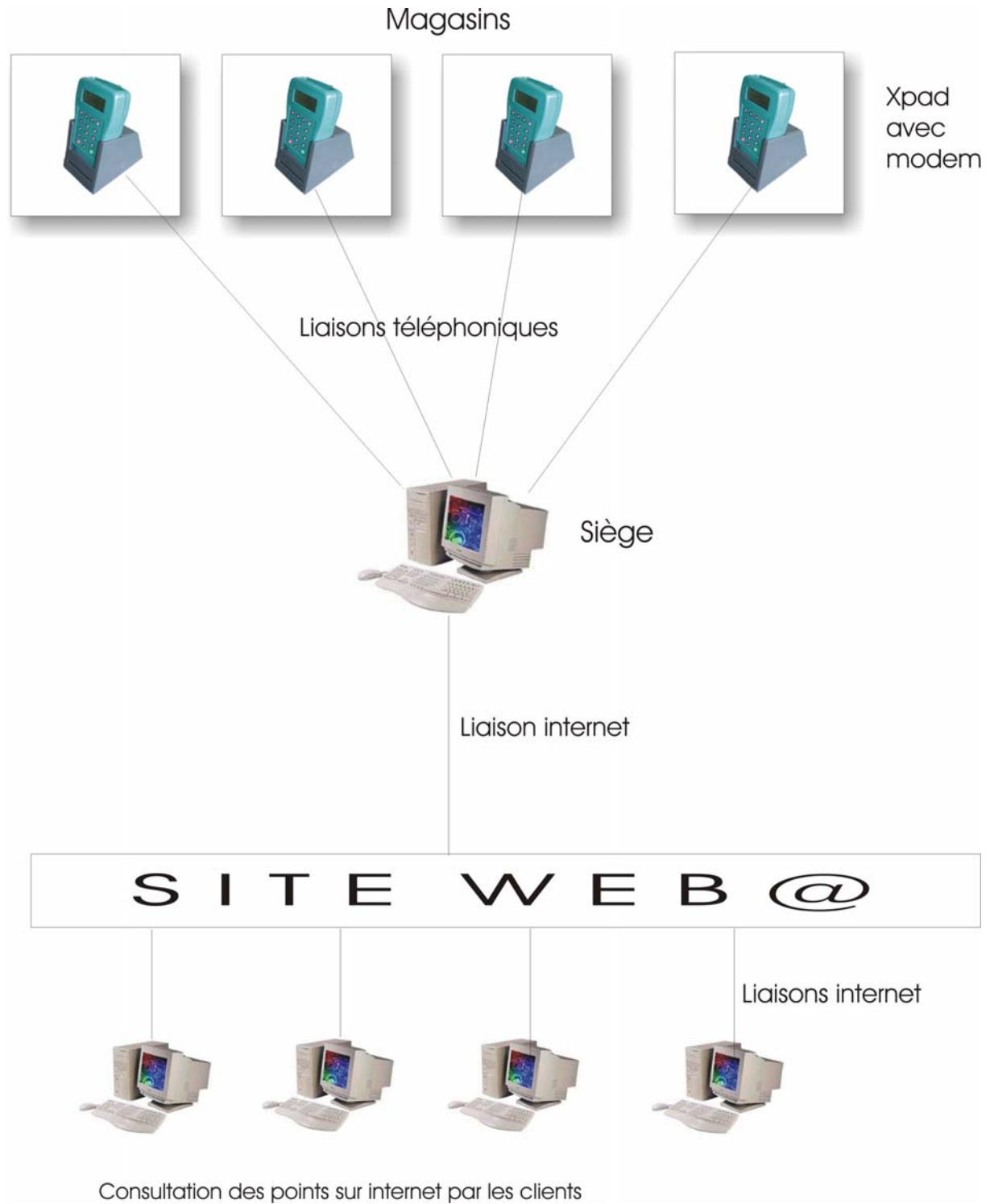
Un Xpad est remis au commerçant, il est raccordé à une prise téléphone et à une prise de courant.

Dès la première connexion, il est automatiquement paramétré pour cet établissement et prêt à fonctionner.

Circuit des cartes à puce

L'enseigne crée un nouveau client sur Internet. : nom, adresse et informations générales type et montant du premier achat.

La carte est automatiquement créée, personnalisée et expédiée au porteur avec un courrier d'accompagnement au nom de l'enseigne et du commerçant. Il peut l'utiliser dès réception auprès des commerçants de l'enseigne



Fidelity Card est une marque **FIDELITE CONCEPT**

FIDELITE CONCEPT - 48 rue Chanzy - 11210 PORT LA NOUVELLE -
Tel 0873 397 455 - Fax : 0811 09 12 36
info@fideliteconcept.com - www.fideliteconcept.com