



Profession coiffeur
MON BUSINESS

Les 1001 avantages des cartes de fidélité 2.0

Vous êtes encore nombreux à ne pas en faire bénéficier votre clientèle. Pourtant, la carte de fidélité dématérialisée renferme de nombreux intérêts. Fidélisation et incitation à venir plus souvent en chef de file.

Pourquoi s'en priver? Les propriétaires et les gérants de salons de coiffure sont de plus en plus nombreux à proposer à leurs clients des cartes de fidélité dématérialisées. Ces objets virtuels ne manquent, il est vrai, pas d'atouts. Économiques, ils vous permettent de constituer un fichier client et de garder un contact étroit avec vos « habitués ». Pratiques, ils simplifient la vie des consommateurs et les encouragent à venir plus souvent chez vous.

Le « saut » n'est pourtant pas toujours facile à faire pour certains technophobes. « Il y a encore beaucoup de salons qui ne sont pas très en avance du point de vue technologique », reconnaît Jean-Guillaume Dubuis, le fondateur et P.-D.G. d'UniciPass, un spécialiste de la carte de fidélité numérique. De nombreux gérants ont du mal à utiliser des fichiers Excel. Leurs cartes de fidélité physiques sont, en conséquence, très basiques. Elles ressemblent à celles des pizzerias qui offrent la 10^e pizza gratuite. Ces cartes peuvent, en effet, être perdues ou oubliées dans un tiroir et elles ne permettent pas de tisser des liens étroits avec les particuliers.

UN CAS D'ÉCOLE

Les formules proposées par les professionnels des cartes numériques sont d'une simplicité d'utilisation infantile. Les prestataires offrent, pour la plupart, des applications dédiées. C'est le cas notamment de FidMe. Plus de 7000 en-

seignes et 10500 commerces de proximité proposent aujourd'hui leurs cartes de fidélité sur l'appli du leader européen de ce secteur qui peut être téléchargée sur Google Play ou App Store. « Nous gérons actuellement plus de 23 millions de cartes », explique Karine Epelde-Marrilliet, la directrice commerciale de FidMe. Nous avons créé 3,8 millions de comptes en France et 2,5 millions sont actifs chaque mois. Tous les jours, 2000 personnes supplémentaires téléchargent notre application dans l'Hexagone. Les coiffeurs sont notre 2^e marché dans le segment des commerces de proximité après les magasins alimentaires, car ces professionnels ont compris comment les cartes numériques pouvaient les aider à fidé-



Les cartes de fidélité dématérialisées permettent une personnalisation plus pointue.

liser leurs clients et à les inciter à revenir plus souvent pour un traitement ou une coupe. Ces cartes virtuelles permettent aux gérants et aux propriétaires de salon de contrôler le nombre de « tampons » générés chaque mois et de connaître ainsi le nom de leurs clients les plus réguliers. Elles peuvent aussi les encourager à nouer des contacts plus étroits avec leurs habitués. Ces cartes de fidélité 2.0 deviennent ainsi de véritables traits d'union entre le salon et ses clients. Et elles ne coûtent même pas très chères.

DES FORAITS ABORDABLES

FindMe propose son appli pour un forfait mensuel compris entre 20 et 45 €. UniciPass a une formule encore plus économique destinée aux entrepreneurs qui disposent de faibles revenus. « Nous facturons entre 1 et 2 centimes chaque notification envoyée aux membres », explique le fondateur de cette PME de Roanne (42). Nous ne proposons aucun abonnement, car une charge fixe est souvent trop coûteuse pour un petit salon. Ce système est plus économique que les flyers, car le moindre centime dépensé sert à entretenir des liens avec des clients déjà venus chez vous. Vous pouvez anticiper leurs attentes en leur proposant, par exemple, de refaire leur couleur quand le besoin s'en fait sentir et leur offrir des créneaux de visite pour remplir votre salon lorsqu'il est vide. Comment ne pas sauter le pas avec autant d'arguments solides?

Frédéric Thérin