



# ENGAGER LE SHOPPER OMNICANAL



CATALINA®  
One

# Les challenges de la fidélité

- **Multi-fréquentation**
- **Abandonnistes et déconsommation**
- **Multiplicité des canaux**





**Personnalisation**



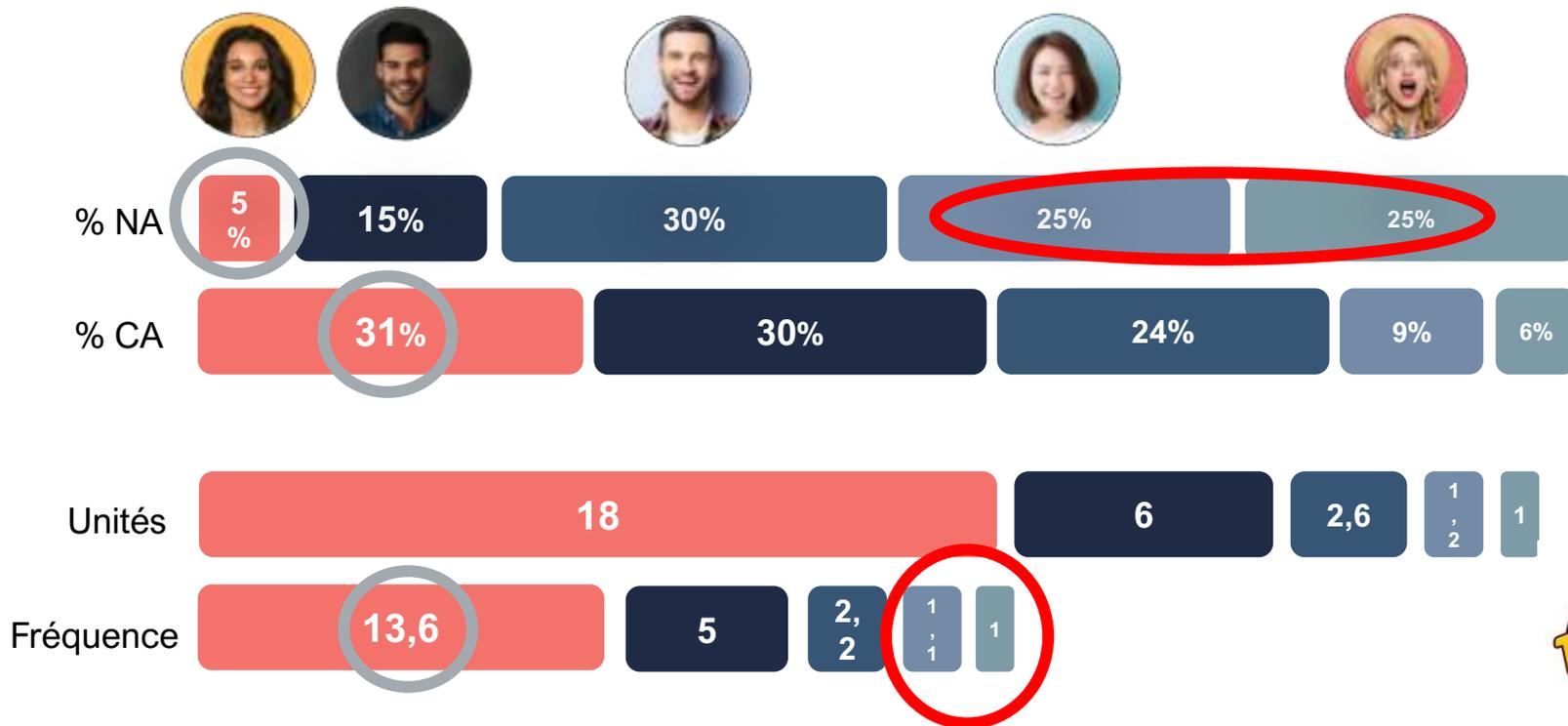
**Fréquence**



**Mixité d'achat**

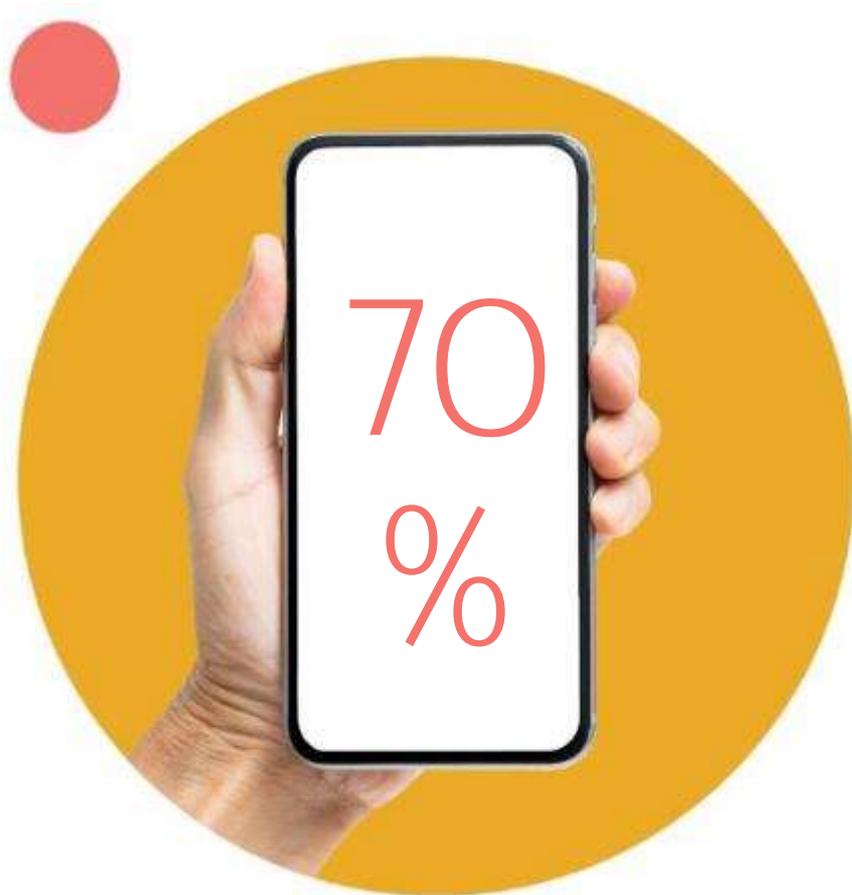


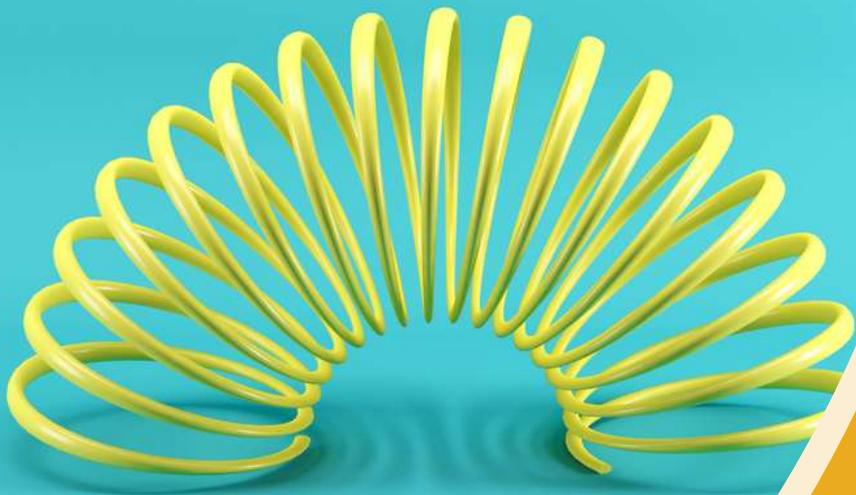
# Tous les shoppers n'ont pas le même comportement





Des shoppers  
achètent la  
marque **2 fois**  
ou moins / an





11M€

de CA  
additionnel

Pour **1** acte d'achat  
en + / an



De CA  
dépensé si les  
shoppers  
**mixent** entre  
les références

A whiteboard with a black border is centered on the right side of the slide. It is surrounded by several blue circles of varying sizes, some overlapping the board's edges. The text '6X plus\*' is written on the whiteboard in a red, sans-serif font. The '6X' is larger and positioned above 'plus'. A small red asterisk is placed above the 's' in 'plus'.

6X  
plus\*

*\*Jusqu'à*



## Une solution digitale d'engagement





# Des offres **sur-mesure**

- Calibrées en fonction du **comportement d'achats**
- Système de **paliers à valider** pour être récompensé à chaque effort, **pendant 2 mois**





# Des missions pour **créer du lien**



52  
%



37  
%



11  
%



# 2/3 des joueurs vont au-delà du 1<sup>er</sup> palier



32%



20%



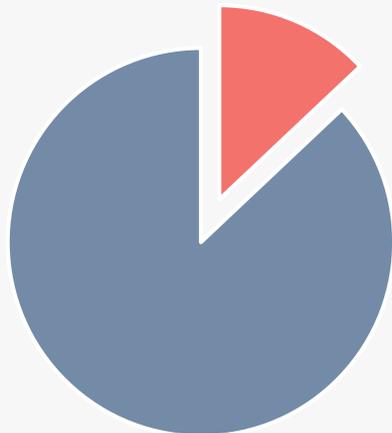
48%



# Une solution qui favorise la **mixité**

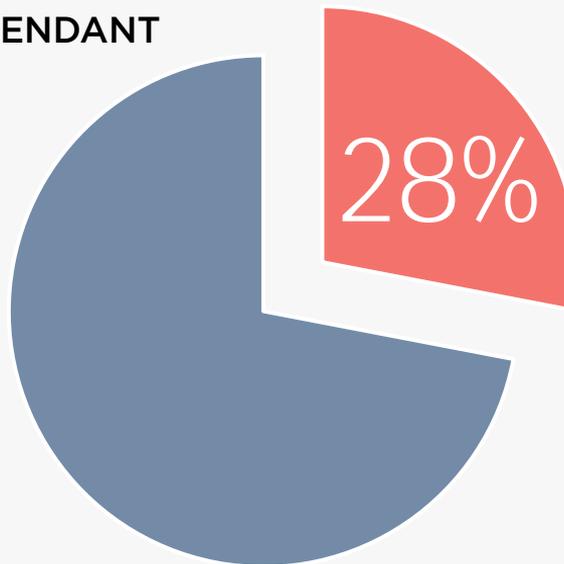
AVANT

13%



PENDANT

28%





# Une solution qui booste les dépenses





# Une solution qui séduit aussi de **nouveaux** acheteurs

54%

Des challengeurs  
n'achetaient pas  
la marque avant





# Et les **engage** eux aussi dans la durée !



CA

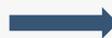
PENDANT

AVANT

0€



4€



Comportement  
d'un **acheteur**  
**moyen**  
de la marque



# Une solution complète en phase avec ...

## Le nouveau shopper

- PERSONNALISATION
- GAMIFICATION
- PROXIMITE MARQUE
- OMNISCANALITE

## Les KPIs business

- TRAVAIL LONG TERME
- FIDELISATION
- DEVELOPPEMENT CA
- ROI +