

L'enseigne Courir choisit le wallet pour dématérialiser le programme de fidélité MyCourir

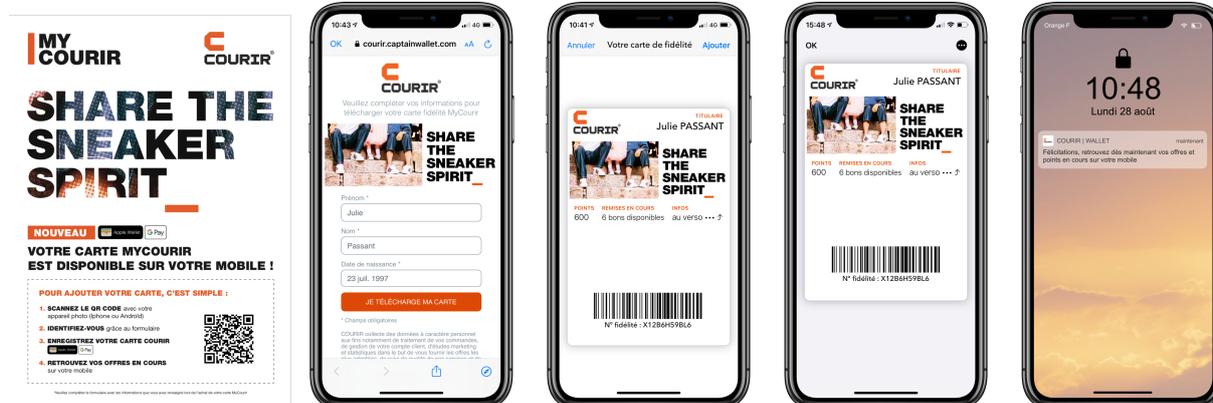
Paris le 29 septembre 2020 – Courir, leader en France sur le marché de la mode sneaker, innove en proposant à sa clientèle d'intégrer dans le wallet de son smartphone la carte de fidélité de l'enseigne. Pour mettre en place cette solution innovante, Courir a fait appel à **Captain Wallet**, **start-up pionnière et leader du mobile wallet marketing**. L'objectif est d'offrir une nouvelle expérience client sur mobile et de faciliter l'accès et l'utilisation du programme de fidélité MyCourir.

Une digitalisation en un clic

Le client dématérialise sa carte de fidélité en scannant un QRCode présent sur une PLV en caisse. Après avoir rempli un formulaire d'identification, la carte est installée dans le wallet du mobile (Apple Wallet sur iOS et Google Pay sur Android) et le client reçoit une notification push de bienvenue. A terme, les clients pourront également digitaliser leur carte de fidélité par le biais d'un email ou une bannière dans le parcours web.

La dématérialisation du programme de fidélité simplifie le parcours cours client. La carte wallétisée contient en effet un code barre qui permet au porteur d'être identifié lors de son passage en caisse sur simple présentation de son mobile. Une fois le paiement effectué, son compte est mis à jour automatiquement : solde des points générés par chaque achat (1€ = 1 point), nombre et valeurs des bons de fidélité pouvant être utilisés, remises en cours...

Le wallet permet également à Courir de déployer une stratégie de communication personnalisée visant à renforcer le lien entre la marque et sa clientèle : offre de bienvenue, informations sur les promotions, cadeau d'anniversaire sous la forme d'un bon de réduction, nouveautés, offres commerciales, invitation aux ventes privées.



Dématérialisation de la carte de fidélité MyCourir via un flyer en point de vente

Déploiement du wallet à l'international

Pour Courir, le wallet est un outil stratégique afin de conquérir une nouvelle clientèle, jeune et connectée, dans les pays où l'enseigne inaugure des points de vente. **Après la Belgique et l'Espagne, le wallet a été déployé au Portugal, en juillet 2020, où Courir a ouvert un magasin à Porto.**

*« Avec le wallet, nous souhaitons faciliter le shopping de la clientèle connectée des 15-25 ans en regroupant toutes les informations du programme de fidélité dans leur téléphone. Les clients attendent aujourd'hui un service qui va au-delà de la recherche d'équipement ou de tenue : ils veulent vivre une véritable expérience shopping. Grâce au wallet, nous renforçons le lien avec notre communauté en France et à l'international où nous ouvrons des magasins. L'objectif est de recruter de nouveaux clients via le wallet », déclare **Linda Baki, directrice marketing et image chez Courir.***

Le wallet, un puissant canal de communication sur mobile

Outre les cartes de fidélité, la solution en mode SaaS de Captain Wallet permet aux marques et enseignes de dématérialiser n'importe quel support marketing sur les wallet mobiles, en quelques clics et de les connecter directement à leur CRM. Une fois la dématérialisation effectuée dans le wallet, la solution Captain Wallet permet de mettre à jour le contenu, de le personnaliser et de relancer le client avec des push notifications sur mobile. L'outil répond ainsi au besoin des marques de densifier et fidéliser la relation avec leurs clients sur l'écran le plus utilisé afin de générer du drive to store/web. Enfin, le wallet est un outil pertinent dans un contexte de crise sanitaire où prévaut toujours le sans contact.

*« Nous nous réjouissons de collaborer avec Courir avec qui nous partageons l'objectif d'enrichir l'expérience client. Le wallet est un levier marketing simple et très efficace qui peut être utilisé dans tous les pays où l'enseigne est implantée », observe **Axel Detours, co-fondateur de Captain Wallet.***

A propos de COURIR

Fondée en 1980, l'enseigne Courir est la référence de la sneakers en France avec un positionnement mode et féminin. Avec 259 magasins sur le territoire et 278 en Europe, Courir a su s'imposer comme le leader de la mode sneakers. Avec son claim « Share The Sneaker Spirit », Courir s'adresse à tous et partage sa passion pour la sneakers, bien plus qu'une tendance, un véritable état d'esprit qui transcende les générations.

Plus d'informations sur Courir : www.courir.com

A propos de CAPTAIN WALLET

Fondé en 2013 par Alexandre Pichon, Bertrand Leroy et Axel Detours, Captain Wallet est leader du marketing sur wallet mobile en Europe. En un clic et sans application, Captain Wallet transforme n'importe quelle carte de fidélité, coupon promotionnel, coupon de retrait, e-réservation, badge, etc. en canal relationnel dynamique.

La société utilise pour cela les wallet (portefeuilles électroniques) pré-embarqués sur les mobiles, les mêmes qui accueillent les applications Apple Pay et Google Pay. D'où un formidable effet de levier avec le paiement mobile en pleine croissance. Captain Wallet compte une centaine de clients dont Intermarché, Conforama, Unibail-Rodamco-Westfield, Leader Price mais aussi des marques emblématiques dans tous les secteurs (luxe, PAP, food, assurance, etc.) telles que Picard, Zadig & Voltaire, McDonald's, Le Bon Marché, Guerlain, Clarins, Petit Bateau, GrandVision, MACIF, April, Lacoste, Sandro, Pimkie, Jules, Accor, Nespresso, KFC, Décathlon, Furet du Nord... La société est active dans 180 pays à travers le monde.

CAPTAIN WALLET

Ulysse Communication

Nicolas Daniels : +33 6 63 66 59 22/ndaniels@ulyссе-communication.com

Salma Belabes : +33 6 16 83 33 20/sbelabes@ulyссе-communication.com