

Avec Loyalty Operator, ADELYA donne la puissance marketing des grands de la distribution aux Restaurants indépendants.

Cocktail novateur pour une relation client interactive en restauration :
carte de fidélité sans contact NFC, base clients à jour, campagne de com. via
emails, sms, réseaux sociaux et couponing à la demande.

Toulouse, le 1er Février 2011 – La Start-up française ADELYA, spécialiste de la fidélisation fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC, annonce ce jour que la plateforme Loyalty Operator connaît un franc succès auprès des Brasseries-Restaurants, apportant un système de fidélisation novateur, facile à déployer et à utiliser et bien adapté au rythme rapide du service en restauration.

Un programme de fidélisation à 2 leviers : la récompense et l’envie de découvrir

Pour faire rimer rapidité et efficacité, ADELYA propose aux restaurateurs un programme de fidélisation qui va agir sur deux leviers comportementaux : la récompense et l’envie de découvrir.

La récompense avec la carte de fidélité NFC

Au centre de la plateforme Loyalty Operator, la carte de fidélité sans contact NFC permet de récompenser les consommateurs par l’attribution de chèques fidélité et/ou coupons de réduction. Chaque restaurant définit son taux de générosité et ses règles de fidélisation. La carte de fidélité offre la possibilité à chaque restaurant de constituer une base clients fiable, de la mettre à jour directement à la caisse et de remonter les informations d’usage (récence, fréquence, montant). ADELYA propose des méthodes de création pour entrer rapidement les nouveaux clients. Un capital précieux pour analyser sa clientèle et animer son point de vente.

L’envie de découvrir avec les campagnes de com. et le couponing à la demande

Autre levier du programme de fidélisation d’ADELYA, la communication vers le consommateur via des campagnes sms, emailing ou réseaux sociaux pour susciter l’envie de découvrir le restaurant et créer ainsi un lien avec le consommateur. Les restaurateurs peuvent ainsi partager l’actualité de leur établissement, faire découvrir un nouveau menu, inviter à une soirée, promouvoir des offres spéciales sur toute leur base clients, en quelques instants avec Loyalty Operator. Le client se sent reconnu et garde contact avec le Restaurant.

Outre les campagnes de communication multi-canal, Loyalty Operator offre une très grande flexibilité dans l’animation du restaurant via les offres de parrainage, les instants gagnants tous les x passages, les coupons à la volée.

Au vu du trafic dans le restaurant à un instant t, le restaurateur peut diffuser en quelques minutes un coupon de réduction valable sur une période donnée et ainsi augmenter le taux de remplissage du restaurant.



COMMUNIQUE DE PRESSE

« Notre succès dans le domaine de la Brasserie-Restaurant témoigne de l'adéquation de la plateforme de fidélisation Loyalty Operator avec le marché de la restauration rapide. » explique Jean-François Novak, Président d'ADELYA « Avec des cartes de fidélité NFC, l'identification du client lors de son passage en caisse est immédiate. Un facteur clé critique en restauration où les coups de feu sont fréquents aux heures de repas. De plus, courant 2011, ADELYA intégrera son service fidélisation sur terminaux de paiements IP/NFC, permettant de gérer la fidélité directement depuis cet équipement. »

La plateforme Loyalty Operator est disponible en mode locatif SaaS (Software as a Service). Aucun investissement n'est nécessaire, une connexion internet suffit. Loyalty Operator est commercialisé via un modèle au coût d'usage, à la carte de fidélité.

Retours d'expérience

La plateforme de fidélisation Loyalty Operator éditée par ADELYA est aujourd'hui utilisée quotidiennement par plus de 50 restaurants.

Qu'en pensent-ils ?

« Au-delà de la remise classique, la valeur ajoutée réside dans la capacité de chacun de nos points de vente d'interagir avec ses clients en temps réel, selon son canal de communication choisi. » explique Cédric LACOUT, directeur bars&co, groupe Bertrand « Pouvoir toucher le consommateur au bon moment avec la bonne information est une vraie force. La plateforme ADELYA s'inscrit dans une logique de communication sans contact NFC »

« L'accueil et le service sont aussi importants que la qualité des plats en brasserie et restauration rapide. » explique Laurent Mollar, Gérant des Brasseries La Malterie et Flam-Flam à Toulouse « Il est critique d'offrir toujours plus à nos clients. Avec notre système de fidélisation, nous sommes à même de les reconnaître, de les récompenser et d'entretenir un lien étroit via des opérations de communication ciblées. Nous offrons une réelle valeur à nos clients pour un budget plus que raisonnable. »

« Nous sommes passés d'un système de fidélisation papier à la solution Loyalty Operator. » explique Ludovic Faus, Attaché Commercial de la chaîne « Le Comptoir du Malt » « Non seulement nous maîtrisons aujourd'hui notre base clients, soit plus de 3800 contacts fidélisés, ce qui est le nerf de la guerre mais nous véhiculons aussi une image positive et novatrice en offrant à nos clients un service de fidélité différenciateur basé sur le sans contact NFC, les campagnes SMS, emailings et les réseaux sociaux. Nous sommes ravis. »

A propos d'ADELYA

Société innovante créée en 2005 par des pionniers du CRM, ADELYA propose aux Enseignes une plateforme web de Fidélisation et de Relation Client fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC. Véritable opérateur de fidélisation, ADELYA aide les Enseignes et leurs points de vente à instaurer une relation client plus libre, plus participative et plus interactive.

Disponible en locatif (SaaS) et multi-canal, la plateforme Loyalty Operator propose des services marketing innovants et interactifs: carte de fidélité, campagnes marketing, couponing, cartes cadeaux, promotions, statistiques et analyses. Elle permet de toucher le consommateur sur son lieu d'achat favori (Point De Vente, vente en mobilité, eCommerce) en utilisant son canal de communication privilégié : sms, emailing, courrier, téléphone mobile, réseaux sociaux.



COMMUNIQUE DE PRESSE

Plus de 1000 points de vente utilisent quotidiennement la plateforme en ligne ADELYA pour leurs programmes de fidélisation. Parmi eux : Aéroports de Lyon, Arthur L'Optimist, bars&co, Body One, Carlson WagonLit Voyages, Marco Serussi, Movidia, Office du Commerce et de l'Artisanat de Nice, Optical Discount, Tape à l'œil... www.adelya.com

Loyalty Operator est une marque déposée de la société ADELYA. Tous les autres noms de sociétés ou produits appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

Contacts PRESSE

Cécile MOREL – ADELYA - 05 62 24 93 04 – cecile.morel@adelya.com