



Twitter et Facebook : des nouveaux canaux de communication pour la plateforme de fidélisation Adelya

Plateforme de fidélisation et réseaux sociaux : des outils qui aident à créer une relation client d'un genre nouveau, choisie et personnalisée.

Toulouse, le 29 Septembre 2009 – La Start-up toulousaine ADELYA, spécialiste de la fidélisation fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC, annonce que Twitter et Facebook, réseaux sociaux de référence, ont été ajoutés aux canaux de communication déjà proposés par la plateforme de fidélisation et de relation client ADELYA. Les enseignes clientes de la plateforme pourront diffuser leurs campagnes marketing en utilisant Twitter ou Facebook. Cette intégration est sans surcoût pour les utilisateurs.

Une plateforme de fidélisation de nouvelle génération

ADELYA propose aux enseignes et points de vente une plateforme web de Fidélisation et de Relation Client fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC.

Disponible en locatif (SaaS) et multi-canal, la plateforme de Fidélisation et de Relation Client ADELYA 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 à distance, eCommerce) en utilisant son canal de communication privilégié : sms, emailing, courrier, téléphone mobile, réseaux sociaux.

Twitter et Facebook : vers plus d'interaction avec le consommateur et son réseau

ADELYA est convaincue que les réseaux sociaux sont d'importants canaux de diffusion des campagnes de fidélisation. De plus en plus, les consommateurs utiliseront les réseaux sociaux pour suivre l'actualité de leurs produits ou services favoris, profiter d'une promotion donnée, gagner des points fidélité et partager leurs expériences.

Les Enseignes clientes de la plateforme ADELYA peuvent ainsi profiter d'un environnement de fidélisation s'appuyant dès aujourd'hui sur les réseaux sociaux.

Concrètement, les enseignes clientes d'ADELYA pourront proposer à leurs consommateurs de les suivre sur Twitter ou sur Facebook (fonction « Fan de »). Non seulement les enseignes pourront diffuser leurs offres promotionnelles via leurs réseaux sociaux mais aussi recevoir un précieux feedback en instantané (mesures d'impact, de satisfaction, retours d'expérience). Dans le cadre d'une stratégie marketing personnalisée, il sera aussi possible d'envisager des campagnes marketing exclusives pour les utilisateurs Twitter et/ou Facebook. Les avantages sont multiples pour les Enseignes : offrir un nouveau canal de communication, interagir avec les consommateurs, étendre l'information à toute une communauté, augmenter la notoriété de l'Enseigne.

« Avec le développement de l'usage des réseaux sociaux, il était important de proposer aux entreprises utilisatrices de la plateforme de fidélisation ADELYA d'intégrer ces nouveaux flux



de communication pour la diffusion de leurs campagnes marketing. » explique Jean-François Novak, président d'ADELYA « Fortement présent dans le secteur des technologies digitales notamment avec le mobile et l'identification sans contact NFC, il nous a semblé naturel de s'intégrer avec Twitter et Facebook pour favoriser l'interactivité client, ADELYA est l'un des premiers éditeurs de fidélisation à intégrer ces fonctions sociales. »

Ces nouvelles fonctions sociales sont pour le moment en version bêta.

● 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. L'interactivité avec le consommateur est aujourd'hui rendue possible par les technologies digitales : l'internet 2.0, la téléphonie mobile et l'identification sans contact NFC, toutes au cœur de la plateforme de fidélisation ADELYA.

Disponible en locatif (SaaS) et multi-canal, la plateforme de Fidélisation et de Relation Client ADELYA 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 à distance, eCommerce) en utilisant son canal de communication privilégié : sms, emailing, courrier, téléphone mobile, réseaux sociaux.

De la lingerie féminine, en passant par le prêt-à-porter, les voyages ou l'optique, plus de 600 points de vente utilisent quotidiennement la plateforme en ligne ADELYA pour leurs programmes de fidélisation et proposent à plus de 750 000 consommateurs des services de fidélité de nouvelle génération. Parmi eux : Aéroport de Lyon, bars&co (Au Bureau, Café Leffe, Irish Corner), Body One, Carlson Wagon Lit, Marco Serussi, Optical Discount, Tape à l'œil...

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

En savoir plus : www.adelya.com

Contact Presse :

Cécile MOREL

ADELYA

Tel : 05 62 24 93 04

Email : cecile.morel@adelya.com