

Un programme « Phil-délicé » pour Yvert et Tellier !

La maison Yvert et Tellier a retenu ADELYA pour créer le Club Louis Yvert, un programme de fidélité haut de gamme réservé à ses clients numismates et philatélistes.



Toulouse, le 18 Mars 2013 – La société française ADELYA, spécialiste de la fidélisation fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC, annonce ce jour que la maison Yvert et Tellier, spécialiste en philatélie, numismatique et cartophilie, a choisi ADELYA pour lancer un programme de fidélisation haut de gamme, labellisé « Club Louis Yvert » en hommage au fondateur de l'entreprise.

Une fidélisation multi-canal : VPC, eCommerce et boutiques

La maison Yvert & Tellier a fait évoluer ses canaux de vente au fil des ans. Historiquement, les produits Yvert & Tellier – philatélie, numismatique et cartophilie – étaient distribués uniquement via un réseau de partenaires. Aujourd'hui, Yvert & Tellier a assis sa notoriété via un réseau de vente omni-canal : Vente par Correspondance (VPC), site eCommerce et 5 boutiques en France.

Afin de renforcer le sentiment d'appartenance à la marque, la maison Yvert & Tellier a choisi de mettre en place le Club Louis Yvert, un programme de fidélisation unique qui permet à ses membres d'accéder à des privilèges et de bénéficier de bons d'achat.

« Avec l'essor du Commerce en ligne et la forte tendance au showrooming des clients, il est fondamental pour les Enseignes de créer un lien fort avec ses clients, et ce quel que soit le canal de vente utilisé. » explique Benoît Gervais, Président Directeur Général d'Yvert & Tellier *« Ce lien est matérialisé par la carte d'adhésion qui ouvre l'accès au Club Louis Yvert. A ce jour, nous avons plus de 80 000 collectionneurs qualifiés à travers le monde. Ainsi, nous pouvons les reconnaître, engager un dialogue personnalisé, les récompenser, les surprendre. Par une meilleure relation client, nous les fidélisons et nous renforçons leur appartenance à la marque. Le Club Louis Yvert s'inscrit dans la lignée de nos Trophées de la Philatélie qui récompensent chaque année des personnalités pour leur action en faveur de la philatélie. »*

Le Club Louis Yvert a été lancé en Novembre dernier lors de la soirée Louis Yvert, il sera de nouveau sous les projecteurs en Mai prochain à l'occasion de Phil'Amiens. Carte payante, l'adhésion au Club Louis Yvert peut être faite en boutique, sur le web ou via le catalogue de



COMMUNIQUE DE PRESSE

VPC envoyé à plus de 25 000 collectionneurs. Le nouveau catalogue avec la carte Louis Yvert sera disponible début Mars avec les albums de l'année 2012.

Des magasins connectés avec ADELYA

Le programme de fidélité interagit avec les trois canaux de vente – VPC, eCommerce et boutiques. Intégrée aux systèmes de caisse Sage et au back-office eCommerce, la plateforme de fidélisation ADELYA permet d'obtenir une vision unique du client et, ainsi, de l'identifier et le récompenser quel que soit le canal. Les récompenses sont simples, pensées pour augmenter à la fois la fréquence et le panier moyen des commandes. Avec un panier moyen constaté à 70€, les bons cadeaux sont déclenchés dès la 3^{ème} commande afin d'inciter le 4^{ème} achat.

« Nous avons fait confiance à ADELYA pour plusieurs raisons : l'intuitivité de la solution conçue pour des commerçants, la facilité d'intégration à une approche omni-canal et aussi les hommes, une équipe à taille humaine à l'écoute de nos besoins en relation client. » cite Xavier Balasco, Directeur Marketing d'Yvert & Tellier.

« La maison Yvert et Tellier est un bon exemple de l'adaptation des solutions de relation client d'ADELYA à tous les métiers du Commerce. » ajoute Jean-François Novak, Président d'ADELYA *« Nous sommes ravis d'accueillir un grand spécialiste en philatélie. Le Club Louis Yvert permet de reconnaître le client sur tous les canaux de vente et de personnaliser le dialogue, nous sommes vraiment dans la mouvance du magasin connecté ! »*

A propos d'ADELYA



Société innovante créée en 2005 par des pionniers du CRM, ADELYA propose aux Enseignes et Commerçants 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 points de vente à instaurer une relation client interactive et à augmenter les ventes.

Conçue pour les commerçants et les villes, la plateforme Loyalty Operator propose des services marketing innovants et interactifs: cartes de fidélité, campagnes marketing, city pass, couponing, bons plans, 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. Complément naturel à Loyalty Operator, ADELYA a développé Loyalty Avenue, applications web et mobile permettant aux consommateurs de consulter les boutiques, les bons plans et leurs avantages fidélité (loyalty wallet). Loyalty Avenue est disponible en marque blanche sur smartphones et smartphones cityzi.

Parmi nos clients : Aéroports de Lyon, bars&co, Carlson WagonLit Voyages, Decitre, Doc'Biker, Havas, Groupe Bertrand, Movida, Les Offices de Commerce de Nice et de Bayonne, l'Office de Tourisme et des Congrès de Marseille, Optical Discount, les Thermes de VITTEL ... www.adelya.com www.adelyastore.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