

CANADIAN KIOSK, LE PLUS IMPORTANT CITY GUIDE DU CANADA DISTRIBUE ADELYA AUX COMMERCANTS CANADIENS.

Adelya et Canadian Kiosk offrent aux commerçants canadiens un programme de fidélisation unique et mobile. Découvrez « Digital Rewards », un programme éco-localiste.

Toulouse, le 21 Février 2013 – La société française ADELYA, spécialiste de la fidélisation fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC, annonce ce jour qu'un accord de distribution a été signé avec Canadian Kiosk, le leader canadien des « city guides » en ligne. Canadian Kiosk distribuera les solutions de relation client d'ADELYA sous la marque blanche « Digital Rewards » dans l'ensemble des villes canadiennes.



Le programme Canadian Kiosk Digital Rewards a été lancé avec succès les 16 & 17 février dernier auprès de plus de 25 commerçants lors du festival d'hiver d'Ottawa, Ontario, Canada.

Leader du marketing 2.0, Canadian Kiosk souhaitait proposer aux commerçants un programme de fidélisation unique associant les technologies web et mobile. ADELYA est un acteur reconnu en services de fidélisation et marketing, pionnier des

technologies NFC pour le Retail, l'alliance entre les deux sociétés fut immédiate, le projet déployé en moins de trois mois.

Persuadé que la technologie NFC allait rapidement devenir un standard pour les générations futures de mobiles, Canadian Kiosk Digital Rewards est la première marque blanche d'ADELYA au Canada, permettant aux consommateurs d'utiliser leurs mobiles NFC, ou leurs cartes NFC, pour cumuler des avantages chez leurs commerçants de proximité.

Digital Rewards by Canadiankiosk.ca est un programme de fidélisation unique. Les consommateurs cumulent des points simplement en visitant leur magasin préféré, l'achat n'est pas nécessaire. Les points s'échangent contre des bons d'achats, des cadeaux ou des offres privilégiées. Pour participer, rien de plus simple, il suffit de s'inscrire sur : www.digitalrewards.ca.

Le programme de fidélisation est conçu en self-checking. En magasin, les consommateurs utilisent leur mobiles ou cartes NFC pour se signaler (check-in) ou obtenir un tampon (punch-in) suite à un achat, ils peuvent aussi consommer un coupon en approchant leur mobile de la tablette du consommateur. Le magasin connecté, c'est tout de suite et maintenant à Ottawa. Le commerçant est simplement équipé d'une tablette NFC, le programme de fidélisation est accessible depuis internet.

Pour encore plus de fun, les membres de Digital Rewards peuvent doubler leurs points en participant à des missions Canadian Kiosk. Par exemple, la mission "Bar Star" permet aux membres qui ont fait trois check-in dans trois bars en moins de 12 heures d'obtenir des

Communiqué de Presse

points supplémentaires ! Plus culturel, la mission « Art Attack » octroie un bonus spécial à tous les membres ayant visité trois galeries d'arts en 6 heures.

Le programme Digital Rewards favorise le commerce de proximité avec un programme éco-localiste et un mot d'ordre clair : « Ca rapporte d'acheter local ». L'ambition de Canadian Kiosk est de créer le plus important programme de fidélisation pour encourager les individus à consommer localement et être actifs dans leurs communautés.

« Afin de sélectionner la plateforme de fidélisation pour Digital Rewards, notre équipe a mené une étude approfondie des solutions existantes du marché en Amérique du Nord et en Europe. Nous souhaitons une plateforme éprouvée, innovante et aussi une équipe managériale réactive. ADELYA regroupait toutes ces qualités. » explique Cory Zufelt, CEO, Canadian Kiosk.

« Nous sommes fiers d'accueillir Canadian Kiosk parmi nos partenaires distributeurs. Nous sommes convaincus qu'un réseau de distribution est la bonne stratégie pour accélérer notre déploiement international. » ajoute Jean-François Novak, Président d'ADELYA. *« Canadian Kiosk est notre premier partenaire nord-américain en marque blanche, avec une présence majeure dans l'ensemble des villes du pays. Ils ont mis en oeuvre un programme de fidélisation super séduisant alliant la technologie NFC et des récompenses temps réel. »*

Les solutions d'ADELYA sont disponibles en marque blanche pour les partenaires et distributeurs. ADELYA est présent sur le stand GSMA du Mobile World Congress, du 25 au 28 Février 2013 à Barcelone. Venez nous voir !





Communiqué de Presse

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, Movidia, 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

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