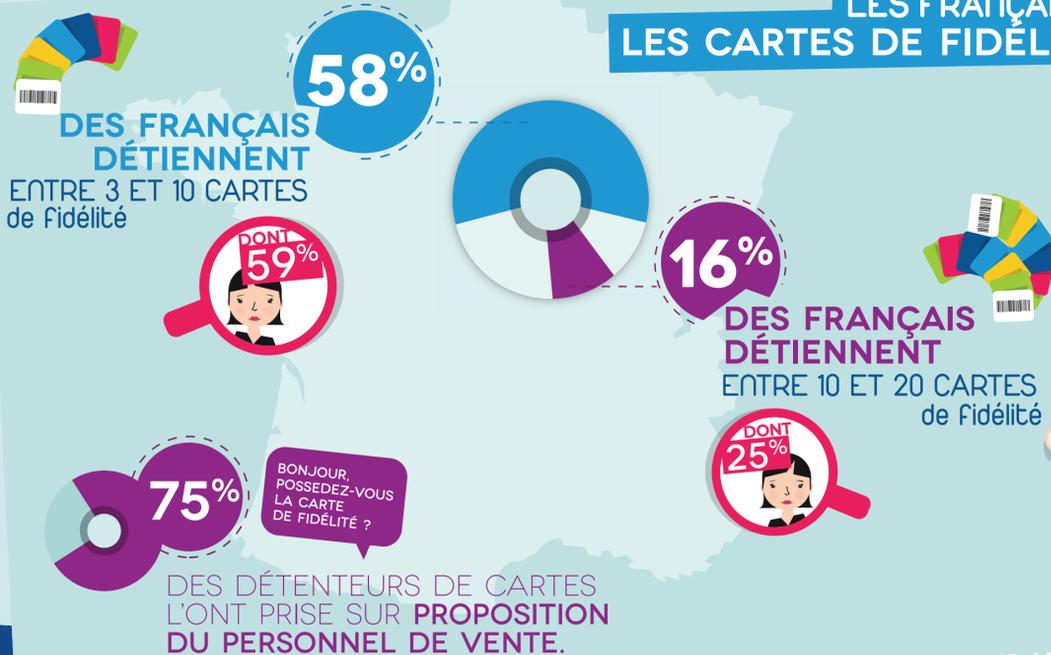


# Observatoire de la Fidélité

et de la **fidélisation clientèle**



## LES FRANÇAIS & LES CARTES DE FIDÉLITÉ



## La pénétration PAR SECTEUR



## Quelques CHIFFRES

**52%** POSSÈDENT DES CARTES JAMAIS UTILISÉES

+ on a de cartes, on a de chances d'avoir des cartes inutiles...

**55%** OUBLIENT LEUR CARTE ou DE LA PRÉSENTER

surtout pour les générations Y et X

**67%** DÉCLARENT POSSÉDER UNE CARTE, INCITE À RETOURNER SUR LE POINT DE VENTE

**38%** AFFIRMENT REFUSER UNE CARTE SI ELLE EST PAYANTE

combien? Non merci...

## LES CARTES PRÉFÉRÉES

**92%** UTILISENT LEUR CARTE PRÉFÉRÉE À CHAQUE ACHAT

**56%** PRÉFÈRENT LES CARTES EN RAISON DES AVANTAGES PROCURÉS



## 4 profils de porteurs de CARTES DE FIDÉLITÉ

**31%** LES ACCROS

Ils apprécient tous types d'avantages. 2 sur 3 sont des femmes.

**22%** LES RÉFRACTAIRES

Ils n'apprécient aucun avantage et sont réfractaires au mobile.

**29%** LES ÉCONOMES

Ils apprécient le cash mais sont réticents aux jeux et aux événements.

**18%** LES HÉDONISTES

Ils apprécient surtout les événements VIP

## LES CLÉS DE LA RÉUSSITE

**OFFRIR** mais ne pas imposer la dématérialisation de la carte et son remplacement pour le mobile.

**DONNER LE CHOIX DU CANAL DE CONTACT.**

**UN PERSONNEL FORMÉ POUR SUSCITER L'ADHÉSION** mais aussi la présentation régulière de la carte.

« Connaissez-vous notre carte de fidélité ? Elle vous réserve plein d'avantages... »

DONNÉES RECUEILLIES auprès de

**435** PERSONNES

novembre 2012

par les étudiants du Master 2 Marketing

Pour en savoir plus : [WWW.OBSERVATOIRE-FIDELITE.COM/BAROMETRE-DE-LA-FIDELITE](http://WWW.OBSERVATOIRE-FIDELITE.COM/BAROMETRE-DE-LA-FIDELITE)

Suivez nous : @observatoirefid

