



Belgique

Golden Hopestraat 13 – 1620 Drogenbos

Luxembourg

Rue d'Epernay 16, L-1490 Luxembourg

www.fidelsys.com

Over Fidelsys

Thierry Vermander, CEO en visionair ondernemer, heeft in de loop van zijn carrière internationaal leidinggevende functies bekleed. Hij deed veel ervaring op in sales, marketing en services, en ook in strategisch management van technologiebedrijven in de digitale sector.

Thierry werkt intussen al twintig jaar in digitale marketing, het beheer van klantenbestand en gerichte reclame, en ook in gegevensbeveiliging. Hij heeft meegewerkt aan projecten zoals streng beveiligd printen voor landen of voor multinationals in de financiële sector, en werkte ook samen met bedrijven als IBM aan projecten voor klantenbeheer of voor gevoelige datastromen. Onderweg deed hij tal van verrijkende ervaringen op. Zo werkte hij bijvoorbeeld mee aan meerdere geslaagde beursintroducties.

Een oplossing bieden aan een groeiende behoefte

Tegenwoordig hebben ondernemingen moeite om hun databases up-to-date te houden. Verder heeft de ontwikkeling van onze manieren van communicatie geleid tot een gedragsverandering bij consumenten, die vandaag makkelijker zelf naar informatie gaan zoeken in plaats van omgekeerd. Op basis van die vaststellingen kwam Thierry op het idee van een onlineplatform dat alle spelers uit de retailsector samenbrengt.

Het avontuur begon in 2009, toen Thierry zijn bedrijf in België oprichtte. Fidelsys, een pionier van SoLoMo (Social Local Mobile), innoveert met oplossingen voor klantenrelaties voor kleine, middelgrote en grote ondernemingen. Ze versterken de interactie tussen alle actoren (handelaars, zaken, verenigingen, winkel- en dienstencentra) en spelen op deze manier een centrale rol in het handelsgebeuren.

Gebruiksgemak en onmiskenbare voordelen

Het internationale concept en de oplossingen van Fidelsys kan men integreren in bestaande omgevingen zonder dat de handelaar iets hoeft aan te passen, dankzij een eenvoudig verbonden apparaat en een kaartlezer. Handelaren hebben alles te winnen bij het gebruik van deze oplossingen: ze kunnen hun online zichtbaarheid vergroten, nieuwe klanten aantrekken door bijvoorbeeld klantenvoordeelpartnerschappen aan te gaan met andere handelszaken, hun communicatie met de klanten personaliseren, hun voordeel doen met een klantenbestand dat automatisch wordt bijgewerkt, enz. Allemaal dankzij **gratis software** en toegang tot het web via het onlineplatform, dat nu ook beschikbaar is als mobiele applicatie – gebruiksgemak op elk moment en overal ter wereld gegarandeerd!

Fidelsys is aangemeld bij de Commissie voor de Bescherming van de Persoonlijke Levenssfeer en is, op zijn gebied, de enige partij die garant staat voor de vertrouwelijkheid en de bescherming van gegevens van consumenten, handelaars en zaken.

Thierry's doel?

Het leven van alle actoren in de retail vereenvoudigen door handelaars en consumenten eenvoudige instrumenten aan te reiken. Zo wordt het voor de handelaars, dankzij de gedigitaliseerde oplossingen van Fidelsys, een stuk makkelijker om een strategie te implementeren om klanten aan zich te binden en om met hen te communiceren. Consumenten krijgen dan weer een zoekmachine aangereikt waarmee ze handelszaken over de hele wereld kunnen vinden, en een universele elektronische portemonnee waarin alle klantenkaarten (met streepjescode, stempels of zegels) en diverse commerciële aanbiedingen worden verzameld.

Het concept

Als SoLoMo-pionier wil Fidelsys een revolutie ontketen, zowel in de shoppingervaring van de consument als in het dagelijks beheer en ondersteuning van alle soorten commerciële ondernemingen, klein, middelgroot of groot, over de hele wereld. Het bedrijf heeft hiervoor een nieuw soort sociaal netwerk ontwikkeld, dat tegelijk dienst doet als zoekmachine, communicatieplatform en universele elektronische portemonnee die klantenkaarten en commerciële aanbiedingen centraliseert. Met dit systeem wil Fidelsys tegemoetkomen aan de wens van de consument om op één en hetzelfde punt gepersonaliseerde aanbiedingen van zijn favoriete winkels te ontvangen.

Het eerste doel van dit platform is dus om **het dagelijkse leven** van handelszaken en consumenten **te vereenvoudigen**.

Hoe?

Door handelaars en consumenten een forum te bieden! Hiervoor pakt Thierry Vermader uit met een internationaal concept die de klantenbindingsstrategie van een zaak volkomen digitaliseert. Het is een concept dat de bankkaart gebruikt als klantenkaart. Zo wordt het mogelijk om aanbiedingen bij elkaar te zetten via de elektronische chip. De handelaar ziet ze onmiddellijk op zijn terminal, en de klant online, in zijn persoonlijke ruimte, gehost op het platform.

De klantenbindingsoplossing, waarmee handelaars hun gewone plastic of papieren klantenkaarten kunnen digitaliseren, is beschikbaar in twee versies: via standalonesoftware of via een programmeerinterface die in het bestaande kassasysteem wordt geïntegreerd.

Standalonesoftware

Eenzijds kan de standalonesoftware gedownload en in twee minuten geïnstalleerd worden, hij kan draaien op elke computer. Alles wat een handelaar nodig heeft om hem te gebruiken is een internetverbinding en een kaartlezer. Hij kan vervolgens zijn klantenbindingsstrategie online zetten, wijzigen of er een creëren via het onlineplatform www.fidelsys.com. Hij kan hierbij ingeven welke kortingen, vouchers of geschenken hij zijn klanten wil toekennen na een bepaald aantal of een bepaald bedrag aan aankopen, bijvoorbeeld. Die strategie is direct beschikbaar in de software van het verkooppunt en kan worden gedeeld. Als de klant zich in de winkel heeft geïdentificeerd via zijn bankkaart, worden de kortingen en aanbiedingen voor trouwe klanten automatisch berekend op basis van zijn aankoop en de gegevens bijgewerkt. Eenvoudig en snel. De handelaar ziet onmiddellijk welke aanbiedingen beschikbaar zijn, en kan de klant voorstellen om zijn bonnen of kortingen te gebruiken. Als de handelaar verschillende zaken heeft, worden klantenkaarten en aanbiedingen e.d. meteen automatisch gesynchroniseerd. Ook kan hij partnerschappen aangaan met andere handelaars om nieuwe klanten te trekken en dan promoties met andere zaken delen.

Programmeerinterface

Anderzijds heeft Fidelsys een API ontwikkeld die onmiddellijk kan communiceren met alle kassasystemen of e-commercesites. De integratie van deze programmeerinterface neemt minder dan een dag in beslag. In dit specifieke geval werkt de klantenbindingssoftware in alle transparantie binnen het bestaande systeem. Hij biedt een zeer grote flexibiliteit ten aanzien van de mogelijkheden van het loyaliteitsprogramma die geïmplementeerd moeten worden en men kan er meer bepaald promoties mee afstemmen op de seizoenen, of op regionale of in de tijd beperkte acties, bijvoorbeeld, zonder het al bestaande systeem te destabiliseren. De software identificeert de klant ook via zijn of haar bankkaart of elektronische identiteitskaart, en meldt de handelaar wanneer er aanbiedingen beschikbaar zijn. Het systeem wordt automatisch gesynchroniseerd tussen de verschillende kassa's en de verschillende vestigingen van de zaak, als die er zijn, en werkt de klantenbestand automatisch bij, iets wat een standaardkassasysteem niet kan.

Waar zit het voordeel voor de handelaar?

Het platform draagt bij aan een betere internetranking van winkels die er gebruik van maken (grotere online zichtbaarheid), en is een doeltreffend instrument voor de communicatie tussen retailers en hun klanten, omdat handelaren er naar believen promoties mee kunnen activeren en delen (spaarprogramma's, bonnen, kortingen, geschenken). Klantenbestand en informatie over aankopen worden automatisch bijgewerkt, zodat mailings doelgerichter op klanten kunnen worden afgestemd.

En voor de consument?

Voor de klant is het een internettoegang (platform) waarmee hij informatie kan opzoeken over handelszaken op een bepaalde plek en zich abonneren op berichten van zijn favoriete winkels. Hij kan ook al zijn klantenkaarten samenbrengen op één plek en de evolutie van zijn spaarprogramma's volgen. Bovendien is het concept van Fidelsys nu ook beschikbaar als een mobiele applicatie.

Dankzij het klantenbindingssysteem kunnen consumenten een heel scala aan aanbiedingen in winkels genieten. Het principe is heel eenvoudig: om hun aanbiedingen en kortingsbonnen helemaal digitaal te verzilveren, hoeven ze aan de kassa alleen maar hun bankkaart te laten zien, een elektronisch identificatiemiddel dat wereldwijd al veel gebruikt wordt (meer dan 4 miljard gebruikers!).

Kortom, dit is een revolutionaire vereenvoudiging van de shoppingervaring voor handelaars én consumenten!

Het onlineplatform

Fidelsys stelt handelaars gratis diensten voor hun zaak ter beschikking, en meer in het bijzonder een onlineplatform waarmee ze een betere SEO voor hun zaak krijgen. Door zelf zijn profiel in handen te nemen en actueel te houden op www.fidelsys.com, wint de handelaar, of hij nu één verkooppunt heeft dan wel een winkel- of merkketen, aan zichtbaarheid en trekt hij de aandacht van een groter aantal klanten door informatie te delen, zoals lopende promoties, de verwachte komst van nieuwe artikelen, de opening van nieuwe verkooppunten, niet te missen afspraken, en elke andere soort commerciële informatie die voor de klanten van belang kan zijn.

Profiel van een zaak en berichten

Zodra de handelaar een professioneel account heeft aangemaakt en zelf het **profiel** van zijn zaak in handen heeft genomen, of dat heeft aangemaakt als het nog niet in de lijst was opgenomen, kan hij visuele en informatieve content toevoegen: logo, omslagfoto, openingstijden, telefoonnummer, website, contact-e-mailadres... maar ook commerciële content via berichten met een commercieel belang voor de klanten op zijn **muur**. Handig om zijn **volgers** op de hoogte te houden van de laatste nieuwigheden en promoties, een uitzonderlijke opening, een wedstrijd of de opening van een nieuw verkooppunt. Door de juiste verwijzingen naar het profiel van hun bedrijf op het platform in te voeren, kunnen handelaars een bredere klantenkring bereiken, omdat hun zaak eerder in de zoekresultaten zal verschijnen dan winkels die hun profiel nog niet zelf in handen hebben genomen.

Logo, naam van de zaak, categorie(ën), adres en openingstijden

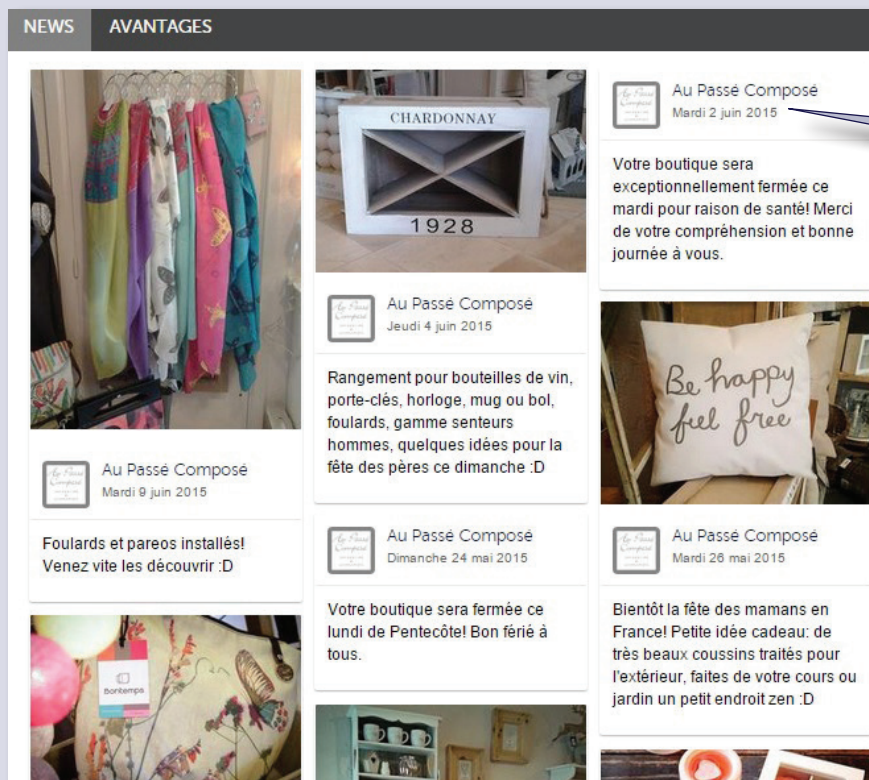
JnJoy Waterloo - BeChicBeCool
Vêtements, magasins, Vêtements, Mode & accessoires
Chaussée de Bruxelles 80b, 1410 Waterloo BE
Ouvert Aujourd'hui 13:30 - 18:30

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
	13:30 - 18:30	10:30 - 18:30	10:30 - 18:30	10:30 - 18:30	10:30 - 18:30	10:30 - 18:30	Fermé

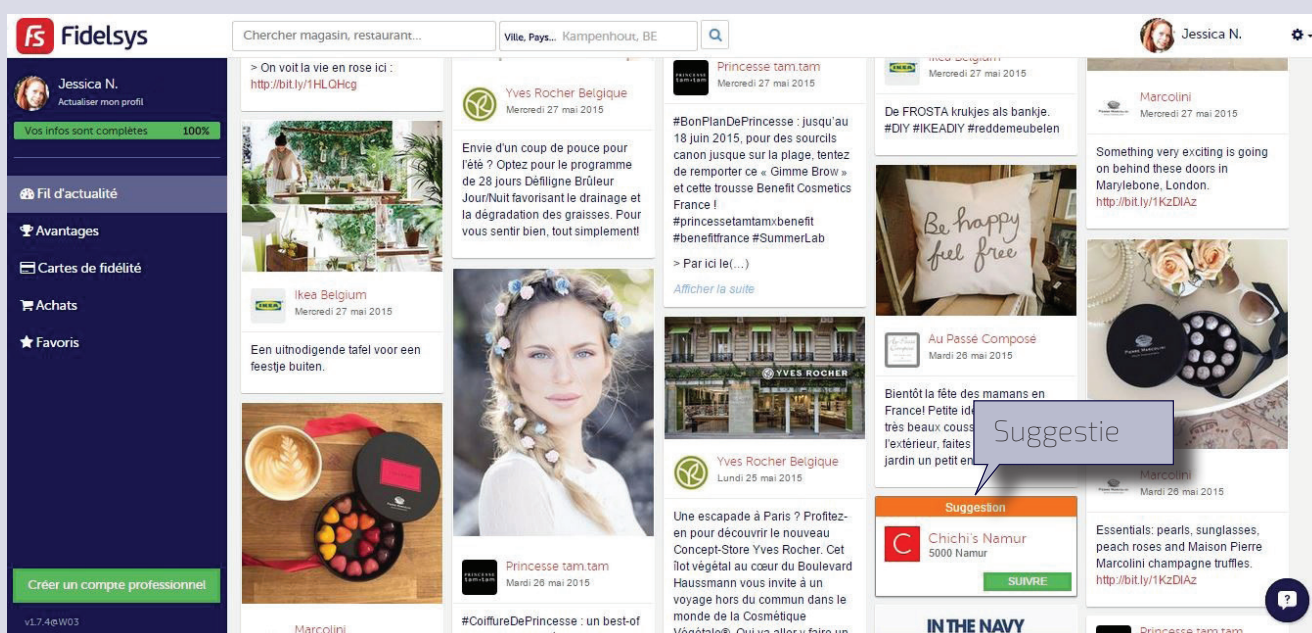
02/351.21.12

Toute la collections JnJoy. Enfants à partir d'1 an jusque 16 ans. Femmes de XXS à XL. Hommes de S à 4XL.

Omslagfoto (standaard de Google Maps-localisatie), telefoonnummer, website, contact-e-mailadres (hier niet ingevuld), beschrijving



Voor de gebruikers is het dan weer mogelijk om **winkels te volgen** en die aan hun **favorieten** toe te voegen, om zo niets te missen van hun laatste berichten. Ze ontvangen dan nieuws van hun favoriete winkels, waarvan de berichten worden samengebracht in de **news feed** van hun persoonlijke ruimte online (zie onder). Ze krijgen ook **suggesties** op basis van hun interessesferen en de winkels die ze al volgen, zodat ze voor hen potentieel interessante zaken kunnen ontdekken.



Geolocatie

Met een **intelligente zoekmachine** kunnen consumenten winkels terugvinden rondom of dicht bij een plaats die ze ingeven. Ze hoeven alleen maar de naam van een winkel of een trefwoord in te geven en een stad, eventueel, en het platform zal hun een hele lijst van relevante resultaten voorstellen. Dit geolocatiesysteem werkt overal, zelfs in het buitenland.



Een bankkaart = hopen voordelen

Afgezien van deze functies, die doen denken aan die van sociale netwerken zoals Facebook, Instagram of Foursquare, biedt het platform de handelaar ook de mogelijkheid om een online-**klantenbindingsstrategie** te implementeren en zijn klantenkaart en de voordelen ervan te digitaliseren. Met de volledig gratis te downloaden software kan de handelaar immers commerciële acties bepalen en de spaarpunten van zijn klanten updaten en ziet hij onmiddellijk wanneer zij een aankoopbon moeten krijgen. De precieze voorwaarden voor aanbiedingen kunnen op het platform worden ingegeven, en de mogelijkheden zijn eindeloos: kortingen, vouchers, of kaartjes voor een concert of de bioscoop, vervoerbewijzen, maaltijdcheques, enz.



De gebruiker kan zijn aankoopbons online bekijken in de tab 'Aanbiedingen' binnen zijn persoonlijke ruimte online, in het linkermenu.

Aanmaak van een indeelbaar klantenbestand

Met het systeem van de **gedigitaliseerde klantenkaart** kan de ondernemer een betrouwbare **database** aanleggen, de klantgegevens waarover hij al beschikt invoeren en die automatisch updaten met recentere gegevens. Hij kan ook de ontwikkeling van zijn klanten volgen (aantal bezoeken, koopgedrag), de efficiëntie van zijn verkoop meten en daarmee zijn strategie en zijn commerciële acties aanpassen voor een optimaal resultaat.

Het klantenbestand opgebouwd met behulp van het online klantenkaartsysteem kan worden ingedeeld: daartoe hoeft de handelaar alleen maar **tags** bij zijn klanten te zetten, op basis van hun voorkeuren en koopgedrag. Deze database wordt automatisch aangevuld en bijgewerkt. Door klanten in categorieën in te delen is het zelfs mogelijk trouwe klanten te onderscheiden van de andere, een waardevol instrument waarmee men nauwkeurig precies de juiste doelgroep kan bereiken.

Gebruikers biedt het online klantenkaartsysteem de mogelijkheid om verschillende kaarten samen op hun **bankkaart** te zetten, of, als ze dat verkiezen, op hun elektronische identiteitskaart. Ze hoeven dan dus niet meer voor elke winkel een aparte klantenkaart te hebben. De details van hun spaarpunten en hun **voordelen** kunnen ze op elk gewenst moment online bekijken.

Gepersonaliseerde mailings

Via het in het platform geïntegreerde mailingsysteem kunnen gepersonaliseerde berichten worden gestuurd naar verschillende klanten, op basis van hun koopgedrag of indicatoren zoals geslacht en leeftijd, dankzij de indelingsopties die beschikbaar zijn als je bijvoorbeeld een **e-mailcampagne** opzet. Met dit systeem kunnen bovendien e-mails automatisch gepersonaliseerd, en elke klant bij zijn of haar voornaam aangesproken worden. Iedere klant is gevoelig voor zijn naam, en 'Dag Lotte' zal dus effectiever zijn in berichten of uitnodigingen die de handelaar verzendt.

Met dit systeem wordt het gemakkelijk om zijn zaak te dynamiseren: de handelaar kan bijvoorbeeld alle klanten die eerder een voetbalshirt hebben gekocht ervan op de hoogte brengen wanneer er een nieuw exemplaar in de winkel ligt.

Naast het gemak dat het gebruikers biedt, die al hun klantenkaarten in één keer op hun bankkaart kunnen zetten, winkels in de buurt kunnen geolocaliseren en ontdekken, en op de hoogte kunnen worden gehouden van de laatste aanbiedingen en nieuwigheden van hun favoriete handelaars, is het onlineplatform een geduchte troef voor kleine én grote bedrijven. Het communiceren met en bereiken van klanten verloopt er immers een stuk efficiënter en preciezer door.

Het platform www.fidelsys.com kan zo uitgroeien tot het informatieve en praktische netwerk dat consumenten op de hoogte houdt van commerciële informatie die hen interesseert. En dit op een beter omlijnde en preciezere manier dan de huidige populaire sociale netwerken, waarvan de content veel meer uiteenlopend is en die beperkt zijn in het aantal mensen dat een bericht kan ontvangen, zelfs als dat 'gesponsord' of 'gepusht' wordt.

Samengevat

Thierry Vermander richtte zijn bedrijf in 2009 in België op met als ambitie het leven van alle actoren in de retailsector revolutionair eenvoudiger te maken door handelaars en consumenten gebruiksvriendelijke instrumenten aan te reiken.

Tegenwoordig hebben ondernemingen moeite om hun databases up-to-date te houden. Verder heeft de ontwikkeling van onze manieren van communiceren geleid tot een gedragsverandering bij consumenten, die makkelijker zelf actief naar informatie gaan zoeken in plaats van ze passief te ontvangen. Op basis van die vaststellingen kwam Thierry op het idee van een onlineplatform, gekoppeld aan een mobiele app, dat alle spelers uit de retailsector samenbrengt.

Fidelsys, een pionier van de SoLoMo (Social Local Mobile), is een innovator op het gebied van oplossingen voor customer relations voor kleine, middelgrote en grote ondernemingen en houdt de vinger aan de pols van het retailgebeuren.

Voor de handelaar:

- Internationaal concept gebaseerd op de bankkaart of de elektronische identiteitskaart
- Dynamische SEO van hun zaak (grotere online zichtbaarheid)
- Speciale ruimte waar alle praktische informatie over de zaak kan worden gepubliceerd en ook met klanten kan worden gecommuniceerd (promotie, nieuwe producten, ...)
- Implementeren van klantenbindings- en -communicatiestrategieën
- Automatisch bijgewerkte klantendatabase en aankopeninformatie
- Mogelijkheid tot analyse, indeling en doelgroeptoewijzing van klantenbestanden voor een effectieve gepersonaliseerde communicatie
- Klantenbindingsoplossing beschikbaar via standalone software of door een interface toe te voegen aan het vertrouwde kassasysteem

Voor de klant:

- Persoonlijke klantenruimte, waar de consument de ontwikkeling van spaarprogramma's en lopende aanbiedingen kan volgen
- Webtoegang (platform) tot informatie over retailzaken en tot zoekopdrachten via geolocatie
- Mobiele toegang, altijd en overal, via de eWallet-app
- Zich abonneren op berichten van favoriete winkels
- Alle klantenkaarten samengebracht op één punt
- Automatisch bijgewerkte aanbiedingen en eventuele kortingen bij aankopen

Persontact



Blue Chilli • Onderlinge Bijstandstraat 97, 1180 Ukkel

FR : Sophie Lambert • +32 477 91 45 72 • sophie@bluechilli.be

NL : Jessica Nielsen • +32 471 75 31 55 • jessica@bluechilli.be