



DOSSIER DE PRESSE

Belgique

Rue Golden Hope 13 – 1620 Drogenbos

Luxembourg

Rue d'Eprenay 16, L-1490 Luxembourg

www.fidelsys.com

À propos

Thierry Vermander, CEO et entrepreneur visionnaire, a occupé des positions de niveau exécutif à l'échelle internationale au cours de sa carrière. Il a acquis une expérience notable en Sales, Marketing, et Services, ainsi qu'en gestion stratégique d'entreprises technologiques du monde digital.

Actif dans l'industrie du marketing digital depuis 20 ans, la gestion de bases de données client et la publicité ciblée ont constitué son lot quotidien d'activités, tout comme la sécurité de données. Thierry a en effet participé à des projets comme l'impression hautement sécurisée pour des pays ou des multinationales du monde financier, tout en collaborant avec des entreprises comme IBM, sur des projets de gestion de clientèle ou de flux de données sensibles. Son parcours est jalonné d'expériences enrichissantes, et notamment de participations à plusieurs introductions en bourse réussies.

Apporter une solution à un besoin grandissant

À l'heure actuelle, les entreprises rencontrent des difficultés à maintenir leurs bases de données à jour. De plus, l'évolution des modes de communication a engendré un changement de comportement chez les consommateurs, qui vont aujourd'hui plus facilement chercher l'information, et non l'inverse. Partant de ces constats, l'idée d'une plateforme en ligne regroupant tous les acteurs du monde du commerce a germé dans l'esprit de Thierry.

L'aventure commence en 2009, lorsque Thierry fonde sa société en Belgique. Pionnière du SoLoMo (Social Local Mobile), Fidelsys innove dans les solutions dédiées à la relation client pour les petites, moyennes et grandes entreprises, en agissant au cœur du commerce et en renforçant l'interaction entre tous les acteurs, qu'ils soient commerçants, marques, associations ou centres commerciaux ou de services.

Facilité d'utilisation et avantages indéniables

Son concept international et ses solutions s'intègrent dans les environnements existants sans nécessité d'adaptation pour le commerçant, grâce à un simple appareil connecté et à un lecteur de carte. Les commerçants ont tout à gagner de l'utilisation de ces solutions : augmenter leur visibilité en ligne, attirer de nouveaux clients en nouant par exemple des partenariats de fidélité avec d'autres commerces, personnaliser leur communication vers les clients, profiter d'un fichier client se mettant automatiquement à jour, etc. Tout cela grâce un **logiciel gratuit** et un accès web via la plateforme en ligne, désormais également disponible sous forme d'application mobile pour une facilité d'utilisation à toute heure et partout dans le monde !

Inscrite à la Commission de la Protection de la Vie Privée, Fidelsys est, dans son domaine, le seul garant de la confidentialité et de la protection des données pour les consommateurs, les commerçants et les marques.

Le but de Thierry?

Simplifier la vie de tous les acteurs dans le secteur du commerce, en mettant des outils simples d'utilisation à disposition des commerçants et des consommateurs. Pour les premiers, les solutions proposées engendrent une simplification de la mise en place d'une stratégie de fidélisation client (grâce à sa digitalisation) et de la communication vers la clientèle. Pour les seconds, elles sont synonyme de moteur de recherche des commerces du monde entier et de portefeuille électronique universel regroupant cartes client à code-barres, cartes de fidélité à tampons ou à autocollants et avantages commerciaux divers.

Le concept

En tant que pionnière du SoLoMo, Fidelsys entend révolutionner à la fois l'expérience shopping des consommateurs ainsi que la gestion et la dynamisation quotidienne de tout type d'entreprise commerciale, qu'elle soit petite, moyenne ou grande, et ce à l'échelle mondiale. La société a donc mis sur pied **un réseau social d'un genre nouveau**, qui fait également office de moteur de recherche, de plateforme de communication et de portefeuille électronique universel regroupant cartes client et avantages commerciaux. Grâce à ce système, la société entend répondre à l'envie des consommateurs de recevoir des offres personnalisées de leurs commerces favoris, et ce de manière centralisée.

Le but premier de cette plateforme est donc de **faciliter la vie au quotidien** des entreprises commerciales et des consommateurs.

De quelle manière ?

En fournissant un lieu d'échange aux commerçants et aux consommateurs ! Pour ce faire, Thierry Vermander propose un concept international permettant de rendre la stratégie de fidélisation d'un commerce entièrement virtuelle. Basé sur l'utilisation de la carte bancaire comme carte de fidélité ou carte client, ce concept permet de comptabiliser les avantages via la puce électronique. Ceux-ci sont immédiatement visibles par le commerçant sur son terminal, et par le client dans son espace en ligne personnel, hébergé sur la plateforme.

La solution de fidélisation, offrant aux commerçants la possibilité de faire évoluer leur habituelle carte de fidélité en plastique ou en carton, est disponible en deux versions : via un logiciel à part entière (« stand alone »), ou via une interface de programmation s'intégrant au système de caisse existant.

Un logiciel à part entière

D'un côté, le logiciel « stand alone » est téléchargé et installé en deux minutes et peut fonctionner sur n'importe quel ordinateur. Tout ce dont le commerçant a besoin pour l'utiliser, c'est d'une connexion internet et d'un lecteur de carte à puce. Il peut ensuite mettre en ligne sa stratégie de fidélité, la faire évoluer ou en créer une via la plateforme en ligne www.fidelsys.com, en déterminant les réductions, bons ou cadeaux qu'il souhaite attribuer à ses clients après un nombre ou un montant déterminé d'achats, par exemple. Cette stratégie est instantanément disponible dans le logiciel point de vente pour être partagée. Sur simple identification du client en magasin lors de la présentation de sa carte bancaire, les remises et avantages fidélité sont automatiquement calculés sur base de son achat et les données mises à jour. Simple et rapide. Les avantages disponibles sont immédiatement visibles pour le commerçant, qui peut alors proposer au client d'utiliser ses bons ou réductions. Si le commerçant possède plusieurs enseignes, son programme de fidélité se synchronise automatiquement entre elles. De même, il lui est possible de définir des partenariats

avec d'autres commerçants pour attirer de nouveaux clients et ainsi partager des actions promotionnelles avec d'autres enseignes.

Une interface de programmation

De l'autre côté, Fidelsys a développé une API permettant d'interagir directement avec tous les systèmes de caisse ou sites e-commerce. L'intégration de cette interface de programmation prend moins d'une journée. Dans ce cas de figure, le logiciel de fidélité fonctionne en toute transparence dans le système existant. Il offre une très grande flexibilité quant aux possibilités du programme de fidélité à mettre en place, et permet notamment de faire évoluer les promotions en fonction des saisons, ou d'actions régionales ou limitées dans le temps par exemple, sans déstabiliser le système déjà en place. Le logiciel identifie également le client grâce à sa carte de banque ou sa carte d'identité électronique, et avertit le commerçant lorsque des avantages sont disponibles. Le système se synchronise automatiquement entre les différentes caisses et les différents points de vente de l'enseigne, le cas échéant, et met automatiquement à jour la base de données clients, ce qu'un système de caisse standard n'est pas capable de faire.

Quels bénéfices pour les commerçants ?

La plateforme contribue à un meilleur référencement des enseignes qui en font usage (gain de visibilité en ligne), et constitue un outil de communication efficace entre les enseignes et leurs clients, puisqu'elle permet aux commerçants d'activer et de partager leurs promotions à volonté (fidélité, coupons, remises, cadeaux). Base de données client et informations d'achats sont mises à jour automatiquement, pour un ciblage plus pertinent des mailings à la clientèle.

Et pour les consommateurs ?

Pour le client, c'est un accès web (plateforme) permettant de rechercher des informations sur les enseignes dans un lieu donné, de s'abonner aux publications de ses commerces favoris, mais également de regrouper ses cartes client et de suivre l'évolution des programmes de fidélité dont il bénéficie. De plus, le concept de Fidelsys est désormais également disponible sous forme d'application mobile.

Grâce au système de fidélisation, les consommateurs peuvent bénéficier d'une foule d'avantages en magasin. Le principe est très simple : afin de collecter leurs avantages et bons de réductions de manière entièrement virtuelle, il leur suffit de présenter à la caisse leur carte bancaire, un moyen d'identification électronique déjà largement utilisé à travers le monde (plus de 4 milliards d'utilisateurs !).

En bref, c'est une simplification et une révolution de l'expérience shopping, tant pour les commerçants que pour les consommateurs !

La plateforme en ligne

Fidelsys met à disposition des commerçants des services gratuits pour leur commerce et notamment une plateforme en ligne contribuant à un meilleur référencement naturel de leur enseigne. En prenant le contrôle de et en tenant à jour son profil sur www.fidelsys.com, qu'il s'agisse d'un point de vente unique, d'une chaîne de magasins ou d'une marque, le commerçant gagne en visibilité et attire l'attention d'un plus grand nombre de clients en partageant des informations telles que promotions en cours, arrivage de nouveaux articles, ouverture de nouveaux points de vente, rendez-vous à ne pas manquer, et toute autre information à caractère commercial susceptible d'avoir un intérêt réel pour les clients.

Profil d'une enseigne et publications

Une fois que le commerçant a créé un compte professionnel et pris le contrôle du **profil** de son commerce, ou qu'il l'a créé si celui-ci n'était pas encore référencé, il peut ajouter du contenu visuel et informatif : logo, photo de couverture, heures d'ouverture, numéro de téléphone, site Internet, adresse e-mail de contact... mais également du contenu commercial grâce à des publications ayant un intérêt commercial pour les clients sur son **mur**. Pratique pour tenir ses **followers** au courant des dernières nouveautés et promotions, d'une ouverture exceptionnelle, d'un concours, ou encore de l'ouverture d'un nouveau point de vente. En référençant correctement le profil de leur commerce sur la plateforme, les commerçants peuvent en effet toucher une plus large clientèle, puisque leur enseigne sera privilégiée dans les résultats de recherche par rapport aux enseignes qui n'ont pas encore pris le contrôle de leur profil.

Logo, nom du commerce, catégorie(s), adresse et heures d'ouverture

Photo de couverture (localisation Google Maps par défaut), n° de téléphone, site Internet, adresse e-mail de contact (non renseignée ici), description

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

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

02/351.21.12

CONCOURS WEEK-END À LONDRES

SAISON 30%

NEWS AVANTAGES

Au Passé Composé
Mardi 2 juin 2015

Votre boutique sera exceptionnellement fermée ce mardi pour raison de santé! Merci de votre compréhension et bonne journée à vous.

Au Passé Composé
Jeudi 4 juin 2015

Rangement pour bouteilles de vin, porte-clés, horloge, mug ou bol, foulards, gamme senteurs hommes, quelques idées pour la fête des pères ce dimanche :D

Au Passé Composé
Mardi 9 juin 2015

Foulards et pareos installés! Venez vite les découvrir :D

Au Passé Composé
Dimanche 24 mai 2015

Votre boutique sera fermée ce lundi de Pentecôte! Bon férié à tous.

Au Passé Composé
Mardi 26 mai 2015

Bientôt la fête des mamans en France! Petite idée cadeau: de très beaux coussins traités pour l'extérieur, faites de votre cours ou jardin un petit endroit zen :D

Mur de l'enseigne «Au Passé Composé», magasin de décoration: nouveautés, fermetures exceptionnelles, idées cadeau, etc.

Du côté des utilisateurs, il est donc possible de **suivre une enseigne** afin de l'ajouter à ses favoris et ainsi ne rien rater de ses dernières publications. Ils reçoivent alors les nouvelles de leurs magasins favoris, dont les publications sont regroupées dans le **fil d'actualité** de leur espace en ligne personnel (voir ci-dessous). Des **suggestions**, basées sur les centres d'intérêt de l'utilisateur et les enseignes qu'il suit déjà, sont proposées afin de lui permettre de découvrir des commerces ayant le potentiel de l'intéresser.

Fidelsys

Chercher magasin, restaurant... Ville, Pays... Kampenhout, BE

Jessica N. Actualiser mon profil Vos infos sont complètes 100%

Fil d'actualité

- On voit la vie en rose ici : <http://bit.ly/1HLQHcg>
- Yves Rocher Belgique** Mercredi 27 mai 2015
Envie d'un coup de pouce pour l'été ? Optez pour le programme de 28 jours Défilage Brûleur Jour/Nuit favorisant le drainage et la dégradation des graisses. Pour vous sentir bien, tout simplement!
- Ikea Belgium** Mercredi 27 mai 2015
Een uitnodigende tafel voor een feestje buiten.
- Princesse tam tam** Mercredi 27 mai 2015
#BonPlanDePrincesse : jusqu'au 18 juin 2015, pour des sourcils canon jusque sur la plage, tentez de remporter ce « Gimme Brow » et cette trousse Benefit Cosmetics France ! #princessetamtamxbenefit #benefitfrance #SummerLab > Par ici le(...)
[Afficher la suite](#)
- Yves Rocher Belgique** Lundi 25 mai 2015
Une escapade à Paris ? Profitez-en pour découvrir le nouveau Concept-Store Yves Rocher. Cet îlot végétal au cœur du Boulevard Haussmann vous invite à un voyage hors du commun dans le monde de la Cosmétique Végétale®. Qui va aller y faire un
- Au Passé Composé** Mercredi 27 mai 2015
De FROSTA kruikjes als bankje. #DIY #IKEADiy #reddemeubelen
- Marcolini** Mercredi 27 mai 2015
Something very exciting is going on behind these doors in Marylebone, London. <http://bit.ly/1KzDIAZ>
- Au Passé Composé** Mardi 26 mai 2015
Bientôt la fête des mamans en France! Petite idée cadeau: de très beaux coussins traités pour l'extérieur, faites de votre jardin un petit endroit zen :D
- Chichi's Namur** 5000 Namur
SUIVRE
- Marcolini** Mardi 26 mai 2015
Essentials: pearls, sunglasses, peach roses and Maison Fierri Marcolini champagne truffles. <http://bit.ly/1KzDIAZ>

Suggestion

IN THE NAVY

Princesse tam tam

Géolocalisation

Un **moteur de recherche intelligent** permet aux consommateurs de localiser les enseignes aux alentours ou à proximité d'un lieu qu'ils renseignent. Il leur suffit de taper le nom d'une enseigne ou un mot-clé ainsi qu'une ville, le cas échéant, et la plateforme leur proposera toute une série de résultats pertinents. Ce système de géolocalisation fonctionne partout, même à l'étranger.



Une carte de banque = une foule d'avantages

Outre ces fonctionnalités qui rappellent celles de réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram ou Foursquare, La plateforme offre également la possibilité au commerçant d'implémenter une **stratégie de fidélisation client en ligne**, et de digitaliser sa carte de fidélité et ses avantages. Grâce à un logiciel entièrement gratuit à télécharger, le commerçant peut en effet définir des actions commerciales, maintenir à jour les points de ses clients et voit immédiatement lorsqu'un bon pour leurs achats est disponible. Les modalités relatives aux avantages sont spécifiables sur la plateforme et les possibilités sont infinies : réductions, bons d'achats, voire même ticket d'entrée pour un concert ou au cinéma, billet de transport, chèque-repas, etc.



Du côté de l'utilisateur, les bons à valoir sont visibles en ligne dans l'onglet « Avantages » de leur espace en ligne fitness personnel, situé dans le menu de gauche.

Construction d'un fichier client segmentable

Avec le système de **carte de fidélité digitalisée**, le commerçant peut construire une **base de données fiable**, charger les données client dont il dispose déjà et automatiquement les mettre à jour avec des données plus récentes. Il peut également suivre l'évolution de ses clients (fréquentation, habitudes d'achats), mesurer l'efficacité de ses ventes et ainsi adapter sa stratégie et ses actions commerciales pour un impact optimal.

Le fichier client construit à l'aide du système de fidélisation en ligne peut être segmenté : il suffit que le commerçant applique des **tags** aux clients, selon leurs préférences et leurs habitudes d'achats, lors de leur passage en caisse. Cette base de données se complète et se met à jour automatiquement. Avec la segmentation, il est même possible de distinguer les clients fidèles des autres, un outil précieux qui permet de toucher plutôt les uns ou les autres à coup sûr.

Du côté des utilisateurs, le système de carte de fidélité en ligne permet de regrouper différentes cartes sur leur **carte bancaire** ou, s'ils le préfèrent, leur carte d'identité électronique. Il ne leur est donc plus nécessaire d'avoir une carte de fidélité par enseigne. Le détail de leurs points et leurs **avantages** est consultable à tout moment en ligne.

Mailings personnalisés

Le système de mailing intégré à la plateforme permet d'envoyer des messages personnalisés aux différents clients, en fonction de leurs habitudes d'achats ou d'indicateurs tels que le sexe et l'âge, grâce aux options de segmentation disponibles lors de la création d'une **campagne emailing**. Ce système permet en outre de personnaliser les e-mails automatiquement, et d'appeler chaque client par son prénom. Chaque client étant sensible à son nom, un « Bonjour Charlotte » sera plus efficace lors de l'envoi d'un message ou d'une invitation de la part du commerçant.

Grâce à ce système, il devient facile de dynamiser son commerce, le commerçant ayant par exemple la possibilité d'avertir tous les clients acheteurs de maillots de football lorsqu'une nouvelle pièce rentre en boutique.

Outre le côté pratique pour les utilisateurs, qui peuvent rassembler toutes leurs cartes de fidélité sur leur carte de banque, peuvent géolocaliser et découvrir des enseignes aux alentours et être tenus au courant des dernières offres et nouveautés de leurs commerçants favoris, la plateforme en ligne est un atout de taille pour les petits et grands commerces. Elle permet en effet de communiquer et de toucher sa clientèle avec efficacité et précision.

La plateforme www.fidelsys.com tend ainsi à devenir le réseau informatif et pratique qui tiendra les consommateurs au courant des informations commerciales qui les intéressent, d'une manière plus définie et plus précise que les réseaux sociaux actuellement populaires, au contenu plus hétéroclite, et qui rencontrent des limitations quant au nombre de personnes pouvant être touchées par un message, même « sponsorisé » ou « mis en avant ».

En bref

Thierry Vermander fonde sa société en 2009 en Belgique avec pour ambition de simplifier et de révolutionner la vie de tous les acteurs dans le secteur du commerce, en mettant des outils simples d'utilisation à disposition des commerçants et des consommateurs.

À l'heure actuelle, les entreprises rencontrent des difficultés à maintenir leurs bases de données à jour. De plus, l'évolution des modes de communication a engendré un changement de comportement chez les consommateurs, qui vont aujourd'hui plus facilement chercher l'information, et non l'inverse. C'est en partant de ces constats que l'idée d'une plateforme en ligne également déclinée sous forme d'application mobile et regroupant tous les acteurs du monde du commerce a germé dans l'esprit de Thierry.

Pionnière du SoLoMo (Social Local Mobile), la société Fidelsys innove dans les solutions dédiées à la relation client pour les petites, moyennes et grandes entreprises, en agissant au cœur du commerce.

Pour les entreprises :

- Concept international basé sur la carte bancaire ou la carte d'identité électronique
- Référencement dynamique de leur enseigne (gain en visibilité en ligne)
- Espace dédié permettant de renseigner toutes les informations pratiques de l'enseigne ainsi que de communiquer vers les clients (promotion, nouveaux produits,...)
- Mise en place de stratégies de fidélisation et de communication
- Base de données client et informations d'achats mises à jour automatiquement
- Possibilité d'analyse, de segmentation et de ciblage du fichier client pour une communication personnalisée efficace
- Solution de fidélisation disponible via un logiciel à part entière ou en intégrant une interface au système de caisse habituel

Pour le client :

- Espace client personnel : suivi de l'évolution des programmes de fidélité et des avantages en cours
- Accès web (plateforme) permettant d'accéder aux informations sur les enseignes et de faire des recherches via géolocalisation
- Accès mobile à tout moment et n'importe où via l'application eWallet
- Abonnement aux publications des commerces favoris
- Regroupement des cartes client
- Avantages automatiquement mis à jour, et déduits lors des achats, le cas échéant

Contact Presse



Blue Chilli • Rue de la Mutualité 97, 1180 Uccle

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

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