

Splio consente ai clienti su dispositivi mobili di utilizzare Google Pay per Fnac.

 **46%**

Percentuale di aumento di nuovi utenti Android

 **12%**

Percentuale di aumento della fidelizzazione dei clienti su Android

Grazie a Splio, il programma fedeltà di Fnac ha un ruolo centrale negli smartphone dei clienti.

Fnac è una delle catene di vendita al dettaglio più grandi della Francia, con una vasta gamma di prodotti culturali ed elettronici. Con oltre 272 negozi in Europa, Africa e Medio Oriente, Fnac offre un programma fedeltà di prima qualità ai suoi clienti, i quali possono accettare di pagare una commissione per accedere a offerte più vantaggiose e servizi migliori. Nel 2018, Fnac ha deciso di digitalizzare questo programma fedeltà permettendo ai membri di pagare con Google Pay. Splio, partner ufficiale Google Pay, si occupa dei vari aspetti di digitalizzazione, integrazione e deployment del programma fedeltà di Fnac su Google Pay.

Oltre la digitalizzazione della carta fedeltà.

La digitalizzazione della carta fedeltà è stato il primo passo per Fnac. Grazie a una campagna omnicanale (che includeva email, SMS, app e Web) nell'app Google Pay, la catena di vendita al dettaglio ha offerto ai membri la possibilità di salvare la carta Fnac su Google Pay. Adesso i membri possono accedere in tempo reale alle informazioni del loro programma fedeltà, ad esempio il livello di appartenenza e il saldo dei punti fedeltà, nonché approfittare di offerte personalizzate. Fnac utilizza Google Pay anche per promuovere l'utilizzo dell'app mediante la sua promozione nella carta.

Miglioramento dell'esperienza cliente.

Google Pay è un nuovo canale di coinvolgimento che permette a Fnac di interagire con i clienti, modernizzare le relazioni con i consumatori, promuovere le visite in negozio e aumentare le vendite. Grazie alle notifiche basate su area geografica, i clienti non hanno bisogno di cercare la carta in negozio, dato che viene visualizzata sulla schermata di blocco dello smartphone. Oltre il 20% dei membri più attivi del programma fedeltà di Fnac ha già digitalizzato la carta e l'obiettivo futuro dell'azienda francese è eliminare del tutto le carte plastificate.



"Come accade per la maggior parte dei rivenditori, i nostri clienti stanno passando agli acquisti digitali, disponibili ovunque e in qualsiasi momento. Per soddisfare le loro esigenze, siamo costantemente alla ricerca di soluzioni per spingerli a visitare i nostri negozi. Abbiamo notato che le persone che hanno una carta fedeltà nel loro account Google Pay sono propensi a spendere di più, ripetere gli acquisti e riempire carrelli con articoli che mediamente hanno un valore maggiore."

David Nedzela
Digital & CRM Marketing Director
Fnac Darty

"L'integrazione di Google Pay nella strategia di marketing di un brand è un modo molto efficace per modernizzare le comunicazioni e creare esperienze personalizzate di marketing e fedeltà che avranno un ottimo impatto sui clienti."

Charles Wells
Chief Product & Marketing Officer
Splio