

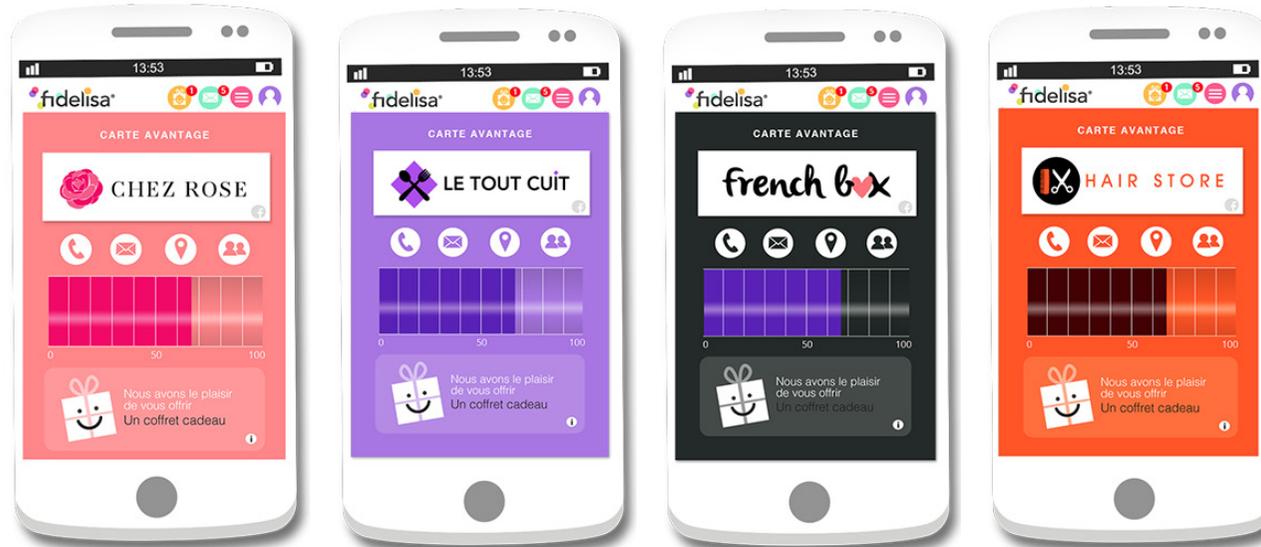


LANCEMENT NATIONAL DE FIDELISA
LA NOUVELLE « ARME NUMÉRIQUE »
AU SERVICE DES COMMERÇANTS

LE CLIENT LE PLUS IMPORTANT *c'est Vous*



LA NOUVELLE « ARME NUMÉRIQUE » AU SERVICE DES COMMERÇANTS



Fidelisa est la première application sur smartphone et tablette qui va permettre aux commerçants de « tenir tête » aux grandes enseignes, discounters et ventes privées, dans leur lutte pour préserver leur clientèle et la développer.

Fidelisa , c'est un concentré de technologie offrant des services simples pour fidéliser les clients, communiquer avec eux à tout moment et offrir de nouveaux services.

Fidelisa est disponible dès maintenant pour tout type de commerce.

Opérationnel instantanément avec un abonnement mensuel

à partir de 29 euros ht /mois.

TECHNOLOGIE

Smartphones, tablettes, internet :
la technologie s'est imposée dans nos usages
quotidiens. Design, interfaces intuitives et ludiques,
écrans tactiles : le temps des logiciels complexes est
révolu, plus besoin d'être
un spécialiste pour utiliser le meilleur
des technologies.

Développer de belles applications qui privilégient
l'expérience utilisateur, automatisées au maximum,
disponibles partout :
c'est l'obsession des équipes de Fidelisa.

MARKETING ET RELATION CLIENT

Aujourd'hui, pour un commerçant, être un bon
professionnel ne suffit plus, **conquérir de nouveaux
clients, les fidéliser, communiquer régulièrement :**
pour cela, le commerçant doit disposer de technologies
efficaces et adaptées pour pérenniser son capital le plus
précieux : ses clients.

C'est ce que vous propose Fidelisa, fondé par Valéry
Tarondeau et Philippe Morin. Ces 2 entrepreneurs ont
constitué une équipe pour mener un même combat au
service des commerçants.

FONDATEURS

Valéry Tarondeau

Véritable accro à la technologie avec une ambition : rendre cette technologie accessible à tous et surtout en tirer des avantages déterminants pour ceux qui l'utiliseront. Son parcours professionnel - auteur indépendant de logiciels puis membre du comité de direction de Cegid - lui confère une réelle expertise dans les applications professionnelles destinées aux petites entreprises dont il connaît parfaitement la culture et les contraintes. Musicien, par passion, il est à la fois, compositeur, arrangeur et chef d'orchestre ; un talent aux multiples facettes qu'il met au service de Fidelisa. C'est un créatif exigeant et ses qualités d'écoute lui permettent de traduire concrètement les attentes de ses interlocuteurs. Son enthousiasme et son expérience font le reste.

Philippe Morin

Précédemment directeur adjoint à l'information de TF1, Philippe a acquis une expérience de premier plan en terme de management. De formation financière, il a su mettre sa force de conviction au service du développement commercial. En effet, il a participé à la création et au développement de 2 boutiques ce qui lui a appris à connaître en profondeur le monde des commerçants. Son empathie, son attachement aux relations humaines et ses valeurs de rigueur fondent sa certitude de manager : être un bon commerçant passe d'abord par une bonne « relation client ».



LE CLIENT LE PLUS IMPORTANT *c'est Vous*

LES 5 CONVICTIONS DES MANAGERS DE FIDELISA

- Le commerce de proximité est un des facteurs de maintien voire de croissance du lien social. Il faut tout faire pour le préserver.
- C'est le commerçant qui est le mieux à même de répondre aux besoins des consommateurs notamment par la qualité de ses produits et services. Il faut l'aider à les promouvoir.
- La relation du commerçant avec ses clients est unique et mérite d'être toujours enrichie au bénéfice de l'un et de l'autre. Mais il faut respecter cette relation. Halte à ceux qui au motif d'aider les commerçants, les pillent de leurs clients et de leurs savoir faire.
- Le commerçant a le droit au meilleur de la technologie, pour entretenir sa relation client. Mais une technologie accessible. Il faut « inventer » pour les commerçants des solutions spécifiques qui intègrent leur culture, leurs besoins et leurs contraintes. On peut concilier smartphone, tablette... et sourire !
- Les cartes de fidélité, d'hier, c'est fini ; il ne suffit pas de faire revenir le client ; il faut nouer avec lui une relation nouvelle qui fasse de chacun d'eux le plus important !

Fidelisa, une application sur mobile et web simple à mettre en œuvre, personnalisable et paramétrable à 100% par le commerçant avec un retour sur investissement assuré.

Fidelisa en 6 bénéfices

- Rester toujours en contact avec tous les clients.
- Leur offrir des avantages personnalisés.
- Rester propriétaire de sa base clients.
- Utiliser simplement une interface conviviale connectée au logiciel de caisse
- Piloter soi-même ses actions commerciales
- Obtenir un retour sur investissement rapide.

Fidelisa : les premiers clients

Fidelisa a débuté son activité sur le marché de l'esthétique et de la coiffure. Cette cible particulièrement exigeante et déjà équipée de systèmes de caisse évolués avec gestion des clients a permis à Fidelisa de valider une expérience commerçant/client fluide et efficace.

Fidelisa a également été adopté par des commerçants très divers (restaurants, hôtels, magasins de jeux vidéos).

Les 50 premiers clients se sont montrés très satisfaits et beaucoup ont proposé spontanément de témoigner de leur expérience avec la solution.

Fidelisa : une stratégie ambitieuse

A court terme, l'objectif de Fidelisa est à la fois qualitatif et quantitatif : qualitatif en diversifiant les secteurs professionnels « client » et quantitatif en multipliant les ventes de l'application.

Pour cela, la stratégie de distribution via des éditeurs de logiciels de caisse va être généralisée et des partenariats sont envisagés avec les opérateurs télécom notamment. La multiplication des canaux de distribution est une clé de la réussite de Fidelisa.

Créer une « communauté » de clients finaux Fidelisa est aussi une ambition forte de la marque. En effet, Fidelisa devra s'imposer comme le signe de reconnaissance d'une nouvelle relation entre les commerçants et leurs clients. Disposer de la carte Fidelisa sera la preuve que « chaque client est le plus important ».

La croissance à l'international est déjà une nécessité que Fidelisa prend en compte. La mobilité des clients et la mondialisation de la consommation imposent de faire de Fidelisa une carte « sans frontières »

Fidelisa vise un développement international dans un premier temps sur l'Europe avec une implantation en Espagne déjà initiée et en Italie prévue pour 2015.

Au delà des objectifs commerciaux, Fidelisa a une forte ambition « sociétale » : défendre le commerce en mettant à sa disposition une « arme » éthique et respectueuse des intérêts des commerçants et de leurs clients.

Contacts presse :

Jean Yves Rincé Communication Fidelisa
06 15 37 59 28 / jeanyves@fidelisa.com

www.fidelisa.com



LE CLIENT LE PLUS IMPORTANT *c'est Vous*