

Présentation

Le Programme de Fidélisation clientèle permet à chaque pharmacie d'identifier et de catégoriser l'ensemble de ses clients, et de leur attribuer des avantages spécifiques qui récompenseront leur fidélité. Un système simple de consultation et de suivi permettra à tout moment d'informer le client sur le détail de ses achats et les avantages acquis. Ce programme offre aussi la possibilité de consolider les données en cas de regroupement entre plusieurs pharmacies proposant cette prestation.

Avantages

POUR LA PHARMACIE

- Outil de fidélisation simple, totalement automatisé.
- Programme peu coûteux et forfaitisé.
- Identification du client grâce à un code-barre.
- Attribution immédiate d'un code-barre, ce qui permet une vente immédiate.
- Accès au profil du client (suivi de ses points, différentes extractions de données...).
- Catégorisation des clients.
- Libre choix d'attribution des points.
- Décrémentation automatique des points, lorsque le client atteint le « seuil » ou la fréquence fixés.
- Suivi administratif aisé par transaction sécurisée.
- Possibilité de consolider les informations en cas de regroupement et d'envoyer des mailings aux clients (options).

POUR LE PATIENT

- Reconnaissance et récompense de sa fidélité.
- Identification grâce à un code-barre.
- Information du nombre de points sur le ticket de caisse.
- Possibilité de recevoir une communication régulière ou ponctuelle.

Modularité des prestations

MODULES STANDARDS

ENREGISTREMENT CLIENT, ATTRIBUTION D'UN CODE-BARRE

- Saisie des informations personnelles du client, définition du profil et de la catégorie. Emission automatique d'un code-barre.

VALIDATION DES ACHATS

- Transmission des données lors de l'achat (identification du client et enregistrement des produits achetés). Valable sur les achats « cash » uniquement.

POINTS DE FIDELITÉ

- L'attribution des points se fait de manière dynamique. Lors d'une vente, le nombre de points client (acquis durant la transaction + cumulés) est renvoyé par retour de validation et apparaît sur l'écran du pharmacien et/ou sur le ticket remis au client. Plusieurs choix d'attribution possibles :
 - par catégorie de client
 - sur un montant global de vente ou lors d'un événement (par ex. bienvenue, anniversaire, etc.)
 - en fonction de la fréquence d'achats ou en fonction d'un seuil de points à atteindre.

GESTION ADMINISTRATIVE PAR RÉSEAU PRIVÉ SÉCURISÉ

- Une transaction sécurisée permettra à la pharmacie de voir les décomptes des achats, la gestion du profil client, l'état des points acquis par celui-ci, d'établir des statistiques et de faire des extractions de données clients.

MODULES OPTIONNELS

CONSOLIDATION

- Possibilité de former un réseau de pharmacies utilisant le même programme de fidélisation et ainsi de regrouper des données à but statistique.

MAILING

- Possibilité d'envoyer un mailing aux clients à fréquence régulière ou ponctuelle, accompagné ou non d'un bon (récompense du seuil de points atteint, de l'anniversaire du client...) ou d'un document (magazine, flyer ...).