

Carte de fidélité WhatsApp (Yums)

Une offre simple à présenter : le commerçant n'installe rien, Organizen s'occupe de tout

Fiche de poche : présenter la carte de fidélité WhatsApp en 20 secondes, répondre aux 7 objections, savoir qui viser.

L'offre en 20 secondes

Bonjour, je présente une carte de fidélité qui vit dans le WhatsApp du client : pas d'appli, pas de carte à tamponner. Elle donne aux habitués une raison de revenir, et le parrainage entre clients fait venir leurs amis. Elle est installée pour vous.

Boulangerie : « 4,30 € par jour, autant que 3 croissants. Un habitué qui revient une fois de plus dans la journée, et c'est payé. »

Snack : « 4,30 € par jour, moins qu'une canette et un café. Un menu de plus par jour, et c'est payé. »

Comment la présenter

1. Posez la question de la perte avant de parler du tarif : « Un habitué qui ne revient plus, ça arrive combien de fois par semaine ? »
2. Montrez le tableau d'exemple, puis laissez le commerçant mettre ses propres chiffres.
3. Donnez le montant par jour seulement après son chiffre de perte, puis la garantie de 60 jours.
4. Une seule suite : le code à scanner, ou le rendez-vous de 15 minutes.

Qui viser

- Boulangeries, pâtisseries
- Boucheries, charcuteries, traiteurs
- Primeurs, fromagers
- Fast-foods, pizzerias, snacks
- Bistrot et restaurants qui ont des habitués
- Moins adapté : un commerce où l'on ne revient qu'une fois par an

À ne jamais promettre

- L'alerte du soir sur les invendus : elle n'est pas en service.
- Un lien avec la caisse : il n'y en a pas.
- Un gain chiffré : les chiffres du tableau sont des exemples.
- Les clients sans WhatsApp : ils ne sont pas servis.

Les 7 objections et les réponses

C'est trop cher.

Regardez le tableau : 4,30 € par jour, et un habitué de plus par jour paie le mois. Pas satisfait dans les 60 jours : l'installation est remboursée.

Ça marche avec ma caisse ?

Rien à brancher : le client tape son montant ou envoie la photo du ticket, le commerçant reçoit un récap à 11 h et refuse un achat d'un mot. Pas de lien avec la caisse.

Je vais y réfléchir.

Bien sûr. Qu'est-ce qui vous fait hésiter ? Si c'est une façon polie de dire non, dites-le : les deux réponses conviennent.

Je n'ai pas le temps.

Le client scanne et répond oui. Côté boutique : un récap chaque matin et une phrase pour lancer une offre.

Mes clients n'ont pas tous WhatsApp.

Ceux qui l'ont n'ont rien à installer ni carte à retenir. Les autres ne perdent rien : le commerçant continue comme avant.

J'ai déjà une carte papier.

Une carte papier se perd et ne permet pas de recontacter le client. Ici le client est dans votre WhatsApp : parrainage, et une offre à ceux qui ont dit oui (2 par mois au plus).

Je dois en parler à mon associé.

Bien sûr. Le tableau de perte se montre à deux, et un rendez-vous à trois se fixe quand vous voulez.

Accueillez d'abord la question (« vous vous interrogez sur le montant ») sans la valider : jamais « vous avez raison, c'est cher ». Puis creusez : « Qu'est-ce qui vous fait dire ça ? »

Repères à garder en tête

Deux formules, même service, même garantie de 60 jours. Sans engagement : 590 € TTC de mise en place, puis 129 € TTC par mois. Engagement 12 mois : 290 € TTC de mise en place, puis 129 € TTC par mois.

Garantie 60 jours : pas satisfait dans les 60 jours, l'installation est remboursée, sans condition. Les mensualités d'usage courent à partir de la mise en service.

Votre rémunération et le suivi de vos recommandations : voir votre contrat apporteur.



Scannez avec
l'appareil photo