



# micropointe

Créateur de logiciels de gestion professionnelle



## MICRO GESTION

La gestion naturellement compatible



## FIDÉLITÉ CLIENT MICRO GESTION

# LA FIDÉLITÉ CLIENT

MICRO GESTION PERMET DE GÉRER DEUX TYPES DE FIDÉLITÉ CLIENT :

- ⇒ LA FIDÉLITÉ EN CHIFFRE D'AFFAIRES
- ⇒ LA FIDÉLITÉ EN POINTS

Dans les 2 cas, 4 champs de la fiche client sont réservés à cet effet :

Nbr Visites	8	Nb points	105
C.A Visites	105.71	Nb points utilisés	539

Tous ces champs sont **automatiquement actualisés à chaque vente** et lors de l'utilisation de cette fidélité **soit par une remise en vente, soit par l'édition d'un mailing type «chèque cadeau».**

De manière générale, **la fidélité sur chiffre d'affaires** permet d'affiner les paramétrages **en fonction du client, et la fidélité en points en fonction des articles.**

Dans les 2 cas :

- **consultation** à tout moment de la situation d'un client par rapport à sa fidélité, possibilité de renseigner les informations sur la fidélité en bas de ticket.
- **identification** des clients au moyen d'une carte pour plus de commodités (non obligatoire).

**Quelque soit le mode de fidélité, par chiffre d'affaires ou par point, possibilité d'afficher des messages d'information suivant certains critères et d'affecter une remise en conséquence.**

- Ce message apparaît suite à l'appel d'un client en vente.
- Ce message est à titre d'information.
- Critère pour déclencher le message :
  - ⇒ Un nombre de point ou de prime acquis
  - ⇒ Un nombre de visite atteint
 Exemples : Message d'information dès que le client a atteint 20 visites, a acquis 50 points, ...
- Ce même critère peut également enclencher automatiquement l'affectation de la remise fidélité



# FIDELITE CLIENT



## EN POINTS

- Personnalisation de la fidélité en points orientée vers l'article

- Elle se calcule sur le total TTC de chaque vente en générant **des points** tous les **X euros**

Exemple :

- ➔ Montant point = 10
- ➔ Vente = 100€ TTC
- ➔ Nb points acquis = 10

- Détermination de la **valeur d'un point**

Exemple :

- ➔ Le point acquis correspond à une réduction de **0.20 €**
- ➔ Dans le cas d'un client qui a acquis **20 points**
- ➔ il aura donc une réduction de **4€**

- Utilisation de la fidélité en point

- ➔ Soit en affectant **une réduction lors d'une vente** par le biais d'un article «**remise fidélité**».

- ➔ Utilisation totale ou partielle du nombre de points acquis.
- ➔ La fiche client est mise à jour, mise à zéro ou mise à niveau (si tout n'est pas utilisé) : «Nb Visites», «CA Visites» et de «Nb points en cours», «Nb points utilisés» est augmenté du nombre de points utilisés.

- ➔ Soit par l'édition d'un **mailing client** reprenant les informations sur la fidélité :

Exemple :

- ➔ Courrier informant les clients sur leur acquis par la fidélité, génération de «bons cadeaux» en fonction de leurs fidélités acquises, ...

- ➔ La fiche client est mise à jour, mise à zéro : «Nb Visites», «CA Visites» et de «Nb points en cours», «Nb points utilisés» est augmenté du nombre de points utilisés.

- Personnalisation

- ➔ Possibilité pour certains articles de personnaliser la génération de points :

- ➔ Désactiver un article en calcul de points
- ➔ Une valeur de points personnalisée

Exemple : **l'article A = 5 points fidélité**

- ➔ En standard, la fidélité est calculée dans tous les cas, possibilité de désactiver son calcul dans les cas suivants :

- ➔ Sur les articles en promotion
- ➔ Sur les articles remisés
- ➔ Lors de l'utilisation de la remise fidélité

- ➔ En standard, le calcul des points se fait en partie entière, possibilité de calculer des points avec décimales.

## EN CHIFFRE D'AFFAIRES

- Cette fidélité permet une personnalisation orientée vers le client.

- Elle se calcule sur le total TTC de chaque vente en fonction d'un taux en % de prime de fidélité.

Exemple :

- ➔ Taux = 10%
- ➔ Vente = 100 € TTC
- ➔ Prime due = 10

- Utilisation de la fidélité en CA

- ➔ Soit en affectant **une réduction lors d'une vente** par le biais d'un article «**remise fidélité**».

- ➔ Utilisation totale ou partielle de la «prime due».

- ➔ La fiche client est mise à jour, mise à zéro ou mise à niveau (si tout n'est pas utilisé) : «Nbr Visites», «Ca Visites» et de «Prime due», «Prime payée» est augmentée du montant de la «prime due» utilisée.

- ➔ Soit par l'édition d'un **mailing client** reprenant les informations sur la fidélité :

Exemple :

- ➔ Courrier informant les clients sur leur acquis par la fidélité, génération de «bons cadeaux» en fonction de leurs fidélités acquises, ...

- ➔ La fiche client est mise à jour : «Nbr Visites», «CA Visites» et «Prime due» sont mis à zéro et «Prime payée» est incrémentée de la précédente valeur de «Prime due».

- Personnalisation

- ➔ Possibilité pour certains clients de personnaliser ce taux.

Exemple :

- ➔ Taux standard = 10%
- ➔ Monsieur DUPONT = 12%

- ➔ En standard, la fidélité est calculée dans tous les cas, possibilité de désactiver son calcul dans les cas suivants :

- ➔ Sur les ventes où l'article «remise fidélité» est utilisé,
- ➔ Si une remise générale est programmée dans la fiche client,
- ➔ Si une remise est présente en bas de pièce (Escompte).

- Gestion du parrainage :

Lorsqu'un nouveau client est envoyé par un ancien client, affectation automatique en prime due de la «prime parrainage» (paramétrée).