



Communiqué de presse



Décembre 2021

Qualifio, le leader SaaS de l'engagement et de la collecte des données, réinvente la fidélisation avec le lancement de sa nouvelle plateforme: [Qualifio Loyalty](#)

Le 6 décembre, 2021: [Qualifio](#), la scale-up technologique belge innovante, a annoncé aujourd'hui le lancement de son deuxième produit, Qualifio Loyalty. Entièrement intégré à sa plateforme de collecte de données, [Qualifio Engage](#), Qualifio Loyalty permet aux marques de créer un système de fidélisation basé sur des récompenses pour leur audience. Il est important de noter que Qualifio Loyalty permet également aux marques et aux médias de segmenter les clients par niveau, en fonction de leurs interactions avec une marque, favorisant ainsi une relation durable qui se traduit par des prospects et des clients engagés.



Selon une étude, [87 %](#) des clients souhaitent bénéficier de programmes de fidélisation, mais aujourd'hui, la fidélisation n'est plus ce qu'elle était. Si les ventes et les transactions sont importantes, les marques modernes doivent également développer la fidélité par l'engagement envers la marque et la consommation de contenu - en créant des liens avec les consommateurs avant même qu'ils ne deviennent des clients acheteurs.

En tenant compte des retours et idées des grandes marques et des médias avec lesquelles elle travaille, Qualifio a reconnu la forte demande du secteur pour que les marques puissent récompenser de manière transparente les interactions avec leurs audiences. Qualifio Loyalty fournit les outils permettant aux marques de concevoir, créer et définir leurs propres programmes de fidélisation sans la complexité de l'intégration technique et du codage.

Entièrement personnalisable, l'éditeur intuitif du portail des membres de la plateforme de fidélisation permet aux marques d'aligner l'interface de leur programme sur leur identité visuelle. Capable de s'intégrer entièrement aux outils marketing déjà utilisés par une marque, Qualifio Loyalty exploite les données déjà intégrées pour segmenter et récompenser les consommateurs engagés, permettant aux solutions existantes d'utiliser les informations et de commencer une activation supplémentaire.

Là où les programmes de fidélisation traditionnels récompensent les clients existants, Qualifio Loyalty permet aux marques de récompenser les consommateurs qui ne sont pas encore liés à un achat pour le simple fait de s'engager avec eux. Cela permet à la marque d'accroître l'engagement de l'individu, de mieux comprendre et segmenter le consommateur et de le convertir en un client acheteur à long terme.

Pour les clients, la plateforme Qualifio Loyalty facilite une meilleure expérience de la marque qui favorise une relation durable. Ils peuvent être récompensés par leurs marques préférées de différentes manières pour un large éventail d'interactions sur plusieurs canaux.

Quentin Paquot, PDG de Qualifio : "La fidélisation des clients est vitale pour la durabilité à long terme et le succès commercial de toute entreprise. Cependant, la fidélité n'est pas seulement une relation d'achat et il est important que les marques le reconnaissent. Notre plateforme de fidélisation permet aux marques de mieux s'engager auprès de leur public et de créer une relation forte et de confiance qui ne repose pas exclusivement sur des transactions."

Basée sur un mécanisme simple de type 'Earn, Burn, Be Rewarded' (gagner des points, utiliser ces points, être récompensé), la plateforme utilise trois éléments clés pour stimuler la fidélité et faire revenir les internautes :

- Les règles de gain : Les marques peuvent définir comment leurs membres seront récompensés par des points en établissant leurs propres règles de gain, y compris toutes les interactions avec une marque, et pas seulement les achats.



- Règles d'utilisation : Les marques définissent ensuite leurs règles d'utilisation de ces points, c'est-à-dire le nombre de points nécessaires pour recevoir une récompense. Elles peuvent également définir des critères pour limiter la disponibilité d'une récompense donnée dans le temps.
- Récompenses : Les marques peuvent établir une liste de récompenses qui peuvent être échangées avec les points collectés.

"Grâce à la possibilité d'intégrer la plateforme Loyalty à la plateforme de collecte de données de Qualifio, les marques peuvent proposer des contenus interactifs qui attirent de nouveaux clients ", poursuit Quentin Paquot. "Avec Qualifio Engage, les marques peuvent établir les interactions qu'elles ont avec leurs audiences, et avec Qualifio Loyalty, elles peuvent maintenant les récompenser pour ces interactions."

À propos de Qualifio

Qualifio est la plateforme de référence en Europe pour le marketing interactif, la collecte de données et la fidélisation. Elle permet à ses utilisateurs de créer et de publier facilement des contenus interactifs (quiz, jeux-concours, enquêtes et plus de 50 autres formats innovants) sur tous leurs canaux. La plateforme permet aux médias et aux marques B2C d'interagir avec leurs communautés digitales, et est utilisée par plus de 400 sociétés en Europe. Qualifio s'est classée dans le Technology Fast50 de Deloitte pendant 5 années consécutives et est une des entreprises technologiques à la croissance la plus rapide en Belgique. Parmi ses clients figurent Nestlé, L'Oréal, Unilever, Decathlon, MediaMarkt, Carrefour, PSG, Purina, Dixons Carphone, Daily Mail Group, DPG Media Services, D'Ieteren and Ahold Delhaize.

Avec son siège à Louvain-la-Neuve en Belgique, Qualifio possède également des bureaux en France, aux Pays-Bas et en Espagne.

Pour en savoir plus : <https://qualifio.com>

Ou contactez **Felicity Still** au **+32 492/68.85.76** ou par email felicity.still@qualifio.com.