



## COMMUNIQUE DE PRESSE

### **ADELYA dévoile Loyalty Operator 2.0, nouvelle version de la plateforme de Fidélisation et de Relation Client à la demande**

Loyalty Operator 2.0 inaugure de nouveaux modes d'interaction client pour les Enseignes et Commerçants. Plus de mobilité, des fonctions sociales et marketing aiguisées et un nouveau design pour cette version majeure.

**Toulouse, le 14 Septembre 2010** – La Start-up française ADELYA, spécialiste de la fidélisation fondée sur les technologies web, mobiles et sans contact NFC, annonce ce jour la disponibilité immédiate de Loyalty Operator 2.0, nouvelle version de la plateforme de fidélisation et relation client utilisée par plus de 1000 points de ventes d'Enseignes et de Commerçants Indépendants.

ADELYA poursuit sa stratégie de solution tout intégré « all in one » offrant aux commerçants une solution de communication et de marketing, relationnel et direct, répondant à leurs besoins globaux. Capitalisant sur les technologies web, sans contact mobile et le SaaS, Loyalty Operator 2.0 s'enrichit d'une technologie mobile supplémentaire, d'une interface optimisée et de fonctionnalités pointues. Amélioration de la connaissance client, personnalisation de la relation, recrutement et enrôlement facilités, augmentation des ventes et du trafic, push promotionnel, interactivité mobile, fonctions sociales sont au rendez-vous de Loyalty Operator 2.0.

*« La vocation d'ADELYA est d'aider ses clients, Enseignes et Commerçants indépendants, à interagir avec leurs consommateurs pour créer une relation durable et rentable. »* explique JF Novak, Président d'ADELYA *« Beaucoup plus communautaire, ouverte et promotionnelle, la version 2 de Loyalty Operator leur offre encore plus de force de frappe pour conquérir et fidéliser leurs consommateurs. »*

#### **Carte de fidélité dématérialisée sur smartphones, en plus des mobiles NFC**

Capitalisant sur les technologies mobiles, Loyalty Operator 2.0 offre, en parallèle du mobile et des objets NFC, la possibilité d'utiliser son smartphone (iPhone et Android) grâce à l'intégration de la technologie code barre 2D. Il suffit pour le consommateur de télécharger gratuitement l'application mobile ADELYA sur son smartphone pour l'activer. Ensuite, c'est facile : le consommateur sélectionne la carte de fidélité du point de vente depuis son application ADELYA, le code barre 2D de la carte de fidélité s'affiche automatiquement, le consommateur positionne son mobile devant la webcam lors de son passage en caisse : ses points sont instantanément crédités et ses coupons promotionnels détectés.

*« Précurseur de la technologie NFC, ADELYA a choisi d'encapsuler une deuxième technologie sans contact mobile dans sa plateforme de fidélisation pour élargir la cible de mobiles. »* cite Mathieu Véron, Directeur R&D d'ADELYA *« Grâce à la technologie code barre 2D fournie par 4GSECURE, nous offrons la possibilité à tous les porteurs de*



## COMMUNIQUE DE PRESSE

*smartphones d'utiliser leurs mobiles en lieu et place de leurs cartes de fidélité. Une fidélisation simple en caisse. »*

### **Couponing à la volée et site promotionnel grand public comme outil de conquête**

Loyalty Operator 2.0 optimise ses fonctionnalités de couponing, qui permettaient déjà aux commerçants de lancer des campagnes de coupons à la demande, instantanément publiées sur l'ensemble des canaux disponibles (email, mobile, facebook). Dès l'automne 2010, les coupons seront publiés sur le nouveau site promotionnel grand public d'ADELYA qui regroupera la communauté de consommateurs actifs de la société. Bientôt disponible en version bêta test, ce site promotionnel grand public mettra à disposition de la communauté de clients et consommateurs d'ADELYA les fonctions suivantes : portefeuille électronique de cartes de fidélité, wall de coupons et promotions et divers outils de découverte de produits, de viralité et d'enquêtes clients.

### **Enquêtes de satisfaction multicanal pour une meilleure connaissance client**

Multicanal, Loyalty Operator 2.0 s'enrichit de fonctionnalités avancées de questionnaires et enquêtes de satisfaction. L'Enseigne ou le Commerçant peuvent définir tout type d'enquêtes, de cibles clients et/ou de canaux de diffusion : emails, mobile, réseaux sociaux. Les Enseignes et commerçants pourront aussi diffuser leurs enquêtes de satisfaction sur le nouveau site promotionnel grand public d'ADELYA, leur permettant d'interroger ainsi des cibles privées comme publiques. Amélioration de la connaissance client, mesure de satisfaction ou de notoriété simplement.

### **Interface ergonomique et nouveau look pour une internationalisation aisée**

Conçue pour s'adapter à tout type d'environnements et de déploiements internationaux, la nouvelle interface utilisateur de Loyalty Operator 2.0 apporte davantage de fluidité, d'interaction et de facilité. Elle est conforme aux recommandations web 2.0, intègre l'ensemble des fonctionnalités sociales et permet une intégration plus rapide des composants tiers.

Loyalty Operator 2.0 sera présenté au salon Equipmag, du 21 au 23 Septembre, Porte de Versailles.

### **A propos d'ADELYA**

Société innovante créée en 2005 par des pionniers du CRM, ADELYA propose aux Enseignes une plateforme web de Fidélisation et de Relation Client fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC. Véritable opérateur de fidélisation, ADELYA aide les Enseignes et leurs points de vente à instaurer une relation client plus libre, plus participative et plus interactive.

Disponible en locatif (SaaS) et multi-canal, la plateforme Loyalty Operator propose des services marketing innovants et interactifs: carte de fidélité, campagnes marketing, couponing, cartes cadeaux, promotions, statistiques et analyses. Elle permet de toucher le consommateur sur son lieu d'achat favori (Point De Vente, vente en mobilité, eCommerce) en utilisant son canal de communication privilégié : sms, emailing, courrier, téléphone mobile, réseaux sociaux.



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Plus de 1000 points de vente utilisent quotidiennement la plateforme en ligne ADELYA pour leurs programmes de fidélisation. Parmi eux : Aéroports de Lyon, Arthur L'Optimist, bars&co, Body One, Carlson WagonLit Voyages, Marco Serussi, Movida, Optical Discount, Tape à l'œil... [www.adelya.com](http://www.adelya.com)

Loyalty Operator est une marque déposée de la société ADELYA. Tous les autres noms de sociétés ou produits appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

### **Contacts**

---

**Cécile MOREL – ADELYA** - 05 62 24 93 04 – [cecile.morel@adelya.com](mailto:cecile.morel@adelya.com)