

# NETMANAGEMENT®

Livre blanc

Publicité et fidélisation client  
sur le terminal SmartPOS

Version 1.00  
August 2025  
Français

## Introduction

Le point de vente n'est plus simplement un lieu de transaction. Les terminaux modernes SmartPOS et SoftPOS réunissent désormais l'acceptation des paiements, la diffusion de contenus publicitaires ciblés et la gestion de programmes de fidélisation sophistiqués. Cette évolution transforme le terminal de paiement en un véritable levier de marketing et d'engagement client. Ce livre blanc examine les atouts du SmartPOS, en mettant particulièrement l'accent sur ses capacités publicitaires et son intégration dans des programmes de fidélité.

## SmartPOS : bien plus que l'acceptation des paiements

Un terminal SoftPOS ou SmartPOS est conçu à l'origine pour permettre les paiements électroniques. Cependant, grâce à des interfaces intuitives, des applications intégrées et une connectivité réseau, ces terminaux vont bien au-delà de la simple fonction transactionnelle. Placés au cœur de la relation client au moment du paiement, ils offrent des opportunités uniques de communication publicitaire et de fidélisation interactive.

La concentration du client au moment du paiement fait du terminal SmartPOS un support publicitaire à fort impact. L'attention du client est alors maximale, créant un moment privilégié pour l'engagement avec la marque.

## Affichage publicitaire pendant et après la transaction l'acceptation des paiements

Une caractéristique essentielle du terminal SmartPOS réside dans son écran orienté vers le client. Cette configuration permet l'intégration de contenus publicitaires à différents moments du processus de paiement :

- **Pendant le paiement** : Des messages de marque ou des promotions peuvent être diffusés discrètement pendant les transitions ou les chargements.
- **Lors de l'affichage du reçu** : Des offres ciblées ou des nouveautés peuvent être présentées au client.
- **Mode veille / économiseur d'écran** : En période d'inactivité, le terminal devient un panneau d'affichage numérique dynamique.

Des exemples d'implémentation sont disponibles sur <https://lidX.io/>

## L'écran d'accueil comme outil de motivation du personnel après la transaction

Les avantages du terminal SmartPOS ne se limitent pas aux clients. L'écran d'accueil peut également servir à diffuser des messages destinés au personnel – qu'il s'agisse de rappels, de félicitations ou d'objectifs internes. Ce support contribue à entretenir la culture d'entreprise et la motivation des équipes.

## Reçus imprimés comme support de communication

Les reçus papier représentent également une opportunité de communication stratégique. Des messages publicitaires, des offres limitées dans le temps ou des contenus personnalisés peuvent y être intégrés.

Il est également possible de coopérer avec des commerçants voisins ou des groupements professionnels afin d'optimiser la visibilité grâce à la publicité croisée.

## Reçus numériques comme plateforme marketing interactive

Les reçus numériques – envoyés par courriel, SMS ou QR code – permettent une personnalisation dynamique du contenu. On peut y intégrer des liens, des codes promotionnels ou des offres adaptées aux habitudes d'achat.

Ces supports permettent également des partenariats entre commerçants partageant une cible client, avec des campagnes coopératives plus impactantes.

## Contrôle total du contenu publicitaire par le commerçant

Contrairement à d'autres canaux publicitaires, le SmartPOS offre au commerçant un contrôle total sur les contenus diffusés, leur fréquence et leur présentation.

De plus, en acceptant des publicités de tiers, le commerçant peut générer des revenus supplémentaires. Ces ressources permettent de réduire les coûts d'exploitation et les frais de transaction du terminal, ce qui en fait un outil de marketing rentable.

## Programmes de fidélisation via SmartPOS

Les terminaux SmartPOS se prêtent idéalement à la mise en place de programmes de fidélité :

- **Cartes à points ou à tampons numériques** : Récompenses cumulables directement lors du paiement.
- **Coupons et offres ciblées** : Adaptées selon l'historique d'achat ou le moment de la journée.
- **Inscription simplifiée** : Le client peut s'enregistrer sans application ni carte physique.

Ces fonctionnalités stimulent la fréquence d'achat et génèrent des données précieuses pour le marketing personnalisé.

## Fidélité : réduction du risque et augmentation de l'engagement

Les programmes de fidélisation encouragent les visites répétées. Un client inscrit dans un programme de fidélité est beaucoup moins enclin à initier des réclamations ou à contester un paiement, par souci de préserver sa relation avec le commerçant et ses avantages acquis.

Cette fidélité diminue donc les risques de litiges et renforce la confiance transactionnelle.

## Autres bénéfices du SmartPOS pour la publicité

- ✓ Affichage contextuel basé sur l'heure ou le produit acheté (ex. : café le matin, glaces l'après-midi)
- ✓ Architecture modulaire facilitant les intégrations
- ✓ Réduction de l'usage du papier et communication plus durable
- ✓ Renforcement de la présence digitale de la marque directement au point de vente

## Avantages et inconvénients

### Pour les clients

#### Avantages :

- Offres personnalisées directement au moment de l'achat
- Accès simplifié aux programmes de fidélité
- Aucune application ni carte nécessaire

**Inconvénients :**

- Risque de surcharge publicitaire si mal géré
- Préoccupations liées à la confidentialité des données

**Pour les commerçants**

**Avantages :**

- Revenus publicitaires supplémentaires
- Engagement client accru au moment clé du paiement
- Liberté dans la gestion des campagnes

**Inconvénients :**

- Besoin d'un accompagnement initial pour la configuration
- Maintenance technique en cas de fonctionnalités avancées

**Pour les acquéreurs et prestataires de paiement**

**Avantages :**

- Offre enrichie avec fonctionnalités marketing
- Opportunité de modèles de partage de revenus
- Fidélisation renforcée des clients commerçants

**Inconvénients :**

- Responsabilité accrue en matière de support
- Nécessité de coordonner les contenus publicitaires

**Conclusion**

Le terminal SmartPOS dépasse largement sa fonction première de traitement des paiements. Il devient un canal de communication directe avec le client, un support publicitaire moderne et une plateforme de fidélisation évolutive. À l'heure où l'expérience client et la personnalisation sont devenues clés, la technologie SmartPOS offre un avantage stratégique pour les commerçants, les acquéreurs et les consommateurs.

Pour celles et ceux qui souhaitent dépasser la simple transaction, le SmartPOS ouvre la voie vers une relation client enrichie, une efficacité opérationnelle accrue et une fidélisation durable.