



Une carte. Un canal. Un réseau.

Pourquoi adopter bloo.Cards pour votre société, votre activité d'indépendant, vos produits et vos événements.

POUR

 Société

 Indépendant

 Produit

 Événement

01 Une carte de visite n'est plus un support, c'est un canal

La carte papier a un défaut de fond. Elle sert une seule fois, au moment de la rencontre. Ensuite, elle se perd dans un tiroir, elle vieillit dès qu'un numéro, une fonction ou une offre change, et elle ne dit jamais à son émetteur qui l'a gardée.

bloo.Cards déplace la valeur. Ce qui compte n'est plus l'objet remis, mais ce qui se passe après : le lien qui reste, le contenu qui évolue, la relation qui se construit.

Ce qui compte n'est plus l'objet remis, mais ce qui se passe après.

Quatre façons de parler à vos clients

1

Canaux loués

Réseaux sociaux, publicité, référencement. Puissants, mais l'algorithme décide qui vous voit, et l'audience appartient à la plateforme.

2

Possédés mais passifs

Le site web. Il vous appartient, mais le client doit penser à y aller.

3

Possédés et directs

E-mail, SMS, application. Efficaces, mais coûteux à construire et souvent intrusifs.

4

bloo.Cards

Un canal qui vous appartient, remis en main propre, consulté volontairement, et qui devient un lien durable dès que le contact enregistre votre carte.

Sept qualités que ni la carte papier ni un réseau social ne réunissent.



Il vous appartient

Aucun algorithme ne filtre l'accès. Celui qui scanne voit exactement ce que vous avez décidé de montrer.



Il est vivant

Le contenu se met à jour en ligne. Promotion, horaires, nouveau collaborateur, catalogue : tous ceux qui ont déjà la carte le voient aussitôt, sans réimpression.



Il est partout

Contact NFC, QR code, lien, signature e-mail, vitrine, comptoir, badge de salon : le même contenu, à chaque point de rencontre.



Il est modulaire

Une trentaine de modules : rendez-vous, devis, réservation, menu, catalogue, galerie, avis, offres d'emploi, fidélité, horaires, itinéraire.



Il parle quatre langues

Français, néerlandais, allemand et anglais. En Belgique et au Luxembourg, c'est souvent la différence entre être compris et être ignoré.



Il est mesurable

Vues, partages, clics sur chaque bouton : vous savez enfin ce qui intéresse vos contacts.



Il est lisible par les IA

Une carte structurée est comprise par les moteurs de recherche comme par les assistants IA, la nouvelle porte d'entrée vers les commerces et les professionnels.

Un réseau relationnel entre marque et consommateur

C'est le cœur de bloo.Cards, et ce qui le distingue d'une simple carte digitale.



● L'échange crée le lien

Deux personnes se rencontrent, l'une scanne la carte de l'autre, et chacune entre dans le réseau de l'autre. Le contact devient une relation, avec sa date et son contexte.

● Jusqu'au CRM

Les nouveaux contacts partent vers le CRM de l'entreprise. La rencontre du salon ou du comptoir devient un lead exploitable le jour même.

● Européen par nature

Données hébergées en Europe, conformité RGPD : un argument de confiance pour la marque auprès de ses clients.

● La fonction, pas seulement la personne

Quand un commercial quitte l'entreprise, la relation client reste attachée à la société et à la fonction. Chacun garde ses contacts personnels.

● Avant et après la visite

Avant : découverte, réservation, rendez-vous. Après : avis, fidélité, information. Le paiement reste chez le commerçant.

Pour le consommateur

Il garde dans son téléphone un accès direct aux marques et aux personnes qui comptent pour lui. Sans application à installer, sans newsletter à subir.

Une même plateforme, quatre usages.



La société

PME, équipe commerciale, chaîne multi-sites

LE PROBLÈME

Des cartes papier incohérentes, vite périmées, coûteuses à réimprimer. Des contacts qui restent dans le téléphone des commerciaux. Des magasins qui communiquent chacun à leur façon.

SCÉNARIO

Une chaîne de 25 magasins lance une promotion nationale. Le siège la publie une fois : elle apparaît dans la minute sur toutes les cartes, tous les chevalets et toutes les vitrines. Chaque magasin garde ses horaires.

CE QUE LA CARTE CHANGE

- Une identité visuelle commune et verrouillée
- Un contenu publié par le siège, un contenu local par magasin
- 10, 100 ou 500 cartes déployées d'un coup
- Des contacts qui reviennent à l'entreprise et à son CRM
- Des statistiques par carte, par équipe et par magasin

LE GAIN Une marque cohérente, la fin des réimpressions et, surtout, la propriété du réseau client.



L'indépendant

Profession libérale, artisan, consultant, thérapeute

LE PROBLÈME

Ni le temps ni le budget pour un site complet. Une activité qui vit du bouche-à-oreille, où chaque contact perdu est un client perdu.

SCÉNARIO

Un plombier remet sa carte NFC après une intervention. Le client l'enregistre. Six mois plus tard, il le retrouve dans son téléphone, demande un devis depuis la carte et laisse un avis.

CE QUE LA CARTE CHANGE

- Une vitrine professionnelle en quelques minutes
- Prise de rendez-vous ou demande de devis depuis la carte
- Avis clients visibles, collecte facilitée
- Une présence en quatre langues
- Un carnet qui garde la trace de chaque rencontre

LE GAIN Une vitrine professionnelle pour le prix d'un café par mois, et un bouche-à-oreille qui laisse enfin une trace.



Le produit

Marque, produit en rayon, emballage, service

LE PROBLÈME

Une fois vendu, le produit coupe le lien entre la marque et l'acheteur. L'étiquette est figée, et le revendeur détient la relation.

SCÉNARIO

Un domaine viticole place un QR sur sa contre-étiquette. Le client découvre l'accord mets-vins, la vidéo du domaine et la prochaine journée portes ouvertes. Il enregistre la carte : le lien est fait.

CE QUE LA CARTE CHANGE

- Un QR ou un NFC sur le produit, l'emballage ou la PLV
- Notice, vidéos, fiche technique, conseils, toujours à jour
- Garantie, avis ou fidélité en un geste
- Un lien direct avec l'acheteur final

LE GAIN Le produit devient un média, et chaque vente ouvre une relation au lieu de la clore.



L'événement

Salon, conférence, festival, lancement

LE PROBLÈME

Des flyers jetés, un programme imprimé faux dès le premier changement, des contacts de stand éparpillés entre badges, cartes et tableurs.

SCÉNARIO

Un exposant équipe son stand d'un board NFC. Chaque visiteur qui le touche repart avec sa carte, et l'exposant récupère le contact. Le lundi matin, les leads sont dans le CRM, classés par date.

CE QUE LA CARTE CHANGE

- Programme, plan et intervenants toujours à jour
- Invitation et ajout au calendrier en un geste
- Chaque visiteur du stand rejoint le réseau, puis le CRM
- Après l'événement : replays, documents, prochaine édition

LE GAIN Un événement qui continue après la fermeture des portes, et un retour sur investissement enfin mesurable.

	Carte papier	Site web	Page de liens	Réseaux sociaux	bloo.Cards
Mise à jour sans réimpression	—	✓	✓	✓	✓
Remise en main propre (NFC, QR)	✓	—	—	—	✓
Contenu métier (rendez-vous, devis, menu)	—	Si développé	Limité	Limité	Par modules
Reste dans le téléphone du client	Rarement	—	—	Selon l'algorithme	Via le Wallet
Réseau et CRM	—	—	—	—	✓
Multilingue	—	Selon le budget	—	—	4 langues
Mesure d'audience	—	✓	Basique	✓	✓
Audience qui vous appartient	✓	✓	✓	—	✓

bloo.Cards ne remplace ni votre site ni vos réseaux sociaux : il les relie au moment de la rencontre, puis garde le lien.

Une seule réimpression de cartes pour une équipe, ou un seul client retrouvé grâce au lien conservé, paie souvent une année d'abonnement.

GRATUIT

0 €

À vie, sans carte bancaire

PRO

4,99 €/mois

Tous les modules, un module métier inclus

SIGNATURE

6,99 €/mois

Le réseau et les statistiques avancées

PREMIUM

44,99 €/mois

Cartes illimitées pour toute l'entreprise

CORPORATE

Sur devis

Réseaux de magasins et grands comptes

CARTE PVC NFC

14,99 €

Réutilisable indéfiniment

Prix TVA comprise, octobre 2026. Formules mensuelles sans engagement ; tarifs annuels plus avantageux sur bloo.cards.

« Mes clients n'ont pas d'application. »

Ils n'en ont pas besoin : la carte s'ouvre dans le navigateur, par un simple contact ou un scan.

« J'ai déjà un site. »

La carte ne le remplace pas. Elle y amène du monde au bon moment, et elle garde le lien que le site ne garde pas.

« C'est un gadget. »

Le gadget, c'est l'objet. Le canal, c'est ce qui reste dans le téléphone de votre client et ce qui alimente votre CRM.

« Et mes données ? »

Elles sont hébergées en Europe, conformément au RGPD. Les contacts personnels de chacun restent les siens.

1

Faites vivre votre carte

Sa valeur vient de son contenu à jour. Une offre, une actualité, un horaire : chaque mise à jour touche tout votre réseau.

2

Choisissez le réseau

La carte gratuite est un excellent début. Le réseau complet et les statistiques avancées commencent avec Signature.

3

Placez-la partout

Signature e-mail, vitrine, comptoir, emballage, stand : plus votre carte a de points de contact, plus votre réseau grandit vite.

EN TROIS PHRASES

- 1 **Votre carte n'est plus un bout de papier qu'on jette : c'est un canal qui vous appartient, toujours à jour, en quatre langues.**
- 2 **Chaque rencontre devient un lien durable, dans le téléphone de votre client et dans votre CRM.**
- 3 **Société, indépendant, produit ou événement : bloo.Cards relie la marque à ses clients, avant et après la visite.**

Créez votre carte gratuite

En quelques minutes, sans carte bancaire.

bloo.cards

bloo.Cards

Créez votre carte. Gardez le lien.