

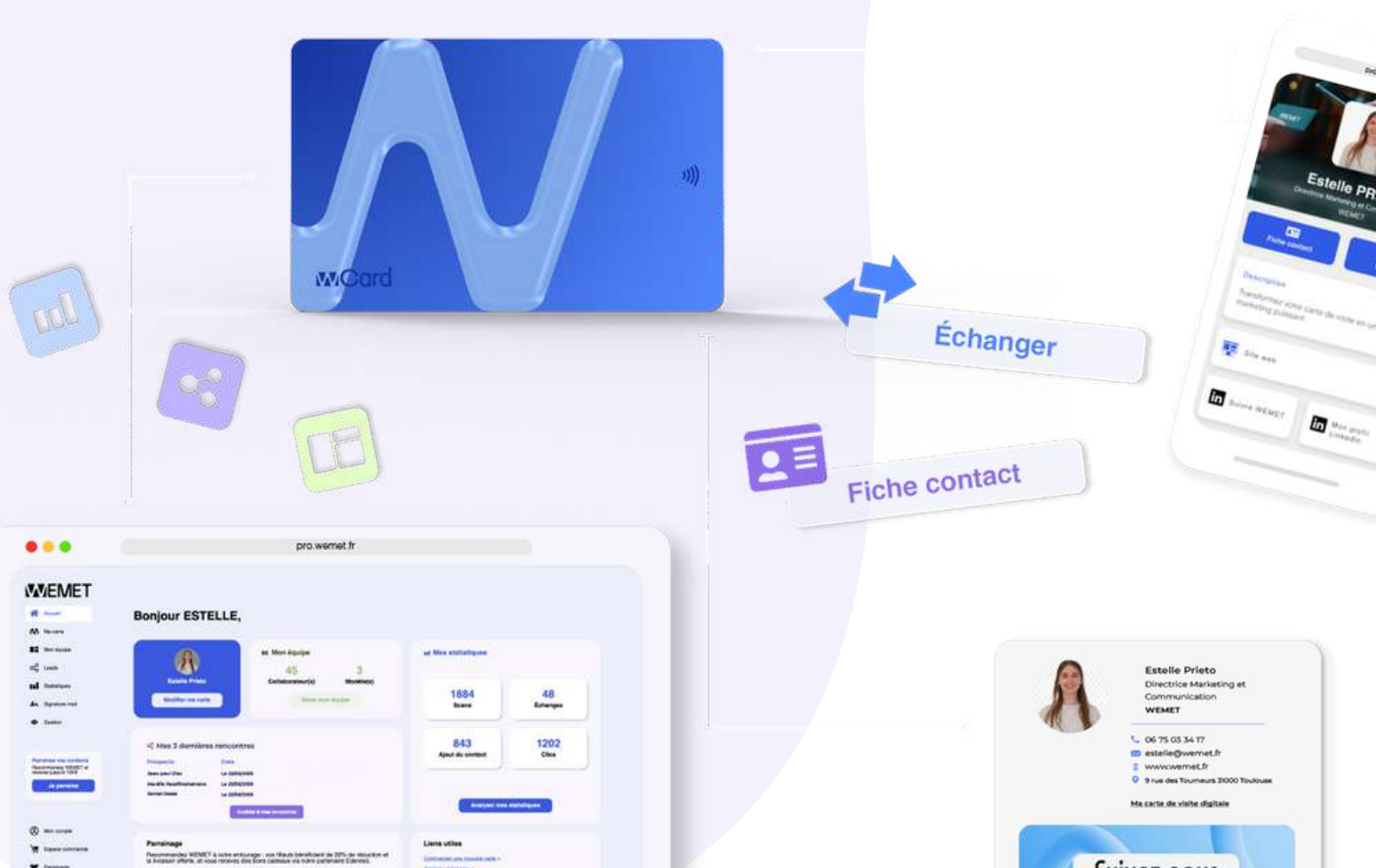
Le guide ultime des

Cartes de visite

inspirations, conseils pratiques
& retours d'expérience.

88 % des cartes papier sont jetées moins
d'une semaine après leur impression.

Et si votre carte devenait un
véritable levier de communication ?





Savez-vous combien de cartes de visite votre entreprise imprime chaque année ?

En moyenne, un collaborateur distribue entre **100 et 200 cartes de visite** par an. Pour une organisation de **50 personnes**, cela représente rapidement plus de **5 000 cartes imprimées chaque année**. Et pourtant...

La carte de visite reste un basique incontournable de la communication et des échanges professionnels, mais elle est souvent sous-exploitée, jetée après usage... ou pire, oubliée au fond d'un tiroir !

Vous avez sûrement déjà vécu ces situations :

- des cartes papier obsolètes dès qu'un collaborateur change de fonction
- des stocks qui dorment dans des placards
- des impressions coûteuses et peu écologiques, sans réel suivi

Ces pratiques freinent vos efforts RSE, génèrent du gaspillage et nuisent à votre image de marque. Vos interlocuteurs ne perçoivent pas toujours votre entreprise comme moderne, engagée et responsable.

Aujourd'hui, la carte de visite se réinvente. Ce n'est plus un simple bout de papier : **cela peut être un outil digital, réutilisable et connecté, capable de centraliser les informations, d'analyser les échanges et de refléter vos engagements RSE**. Ces solutions connectées peuvent permettre d'éviter en moyenne 6 000 impressions de cartes par an à chaque entreprise.

Sommaire

01

Pourquoi parier sur la carte de visite ?

04

02

Les erreurs à ne pas faire

07

03

Exemples et utilisations de cartes de visite

11

04

La carte de visite, un levier sous-estimé

19

05

Exemple de cas d'usages par secteur d'activité

21



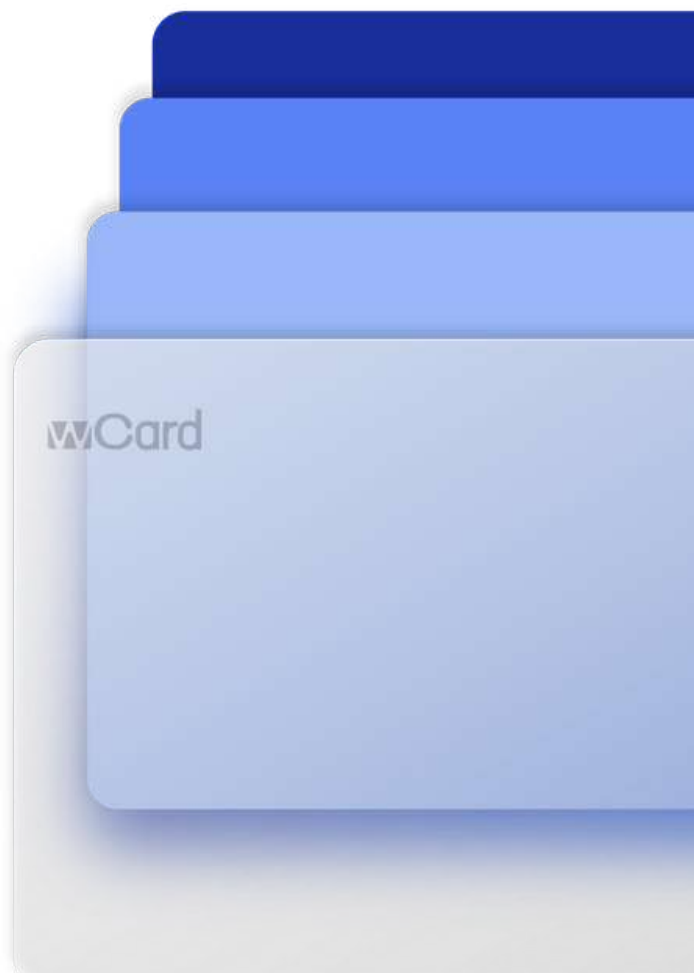
Pourquoi parier sur la carte de visite ?

La carte de visite : à quoi sert-elle aujourd'hui ?

Une carte de visite est un support de communication conçu pour partager facilement vos informations professionnelles lors de vos rencontres.

Traditionnellement imprimée, elle peut aujourd'hui devenir un outil digital, réutilisable et intelligent, grâce aux technologies NFC et QR Code.

Personnalisable à votre image, elle **renforce votre identité de marque** et devient un véritable **outil de branding** au service de votre communication.



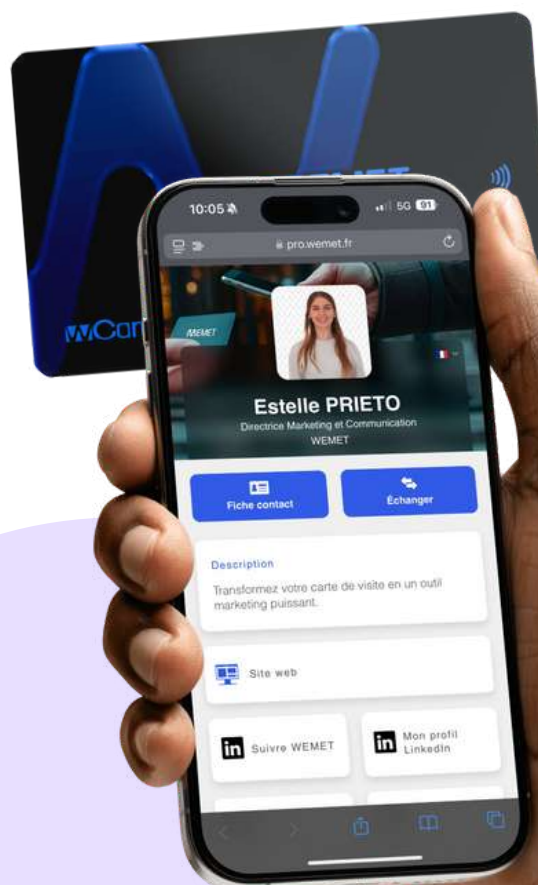
Un outil marketing puissant

La carte de visite, qu'elle soit physique ou digitale, reste un support clé pour valoriser votre image et renforcer vos échanges professionnels.

- Elle **incarne votre identité de marque** : design, ton, format... elle reflète qui vous êtes et ce que vous représentez. C'est souvent le premier contact tangible avec votre univers.
- Elle **structure votre message** : elle ne se contente pas de présenter un nom ou un poste : elle met en avant vos expertises, votre mission ou un appel à l'action clair.
- Elle **laisse une impression forte** et durable : une carte bien pensée se garde, se partage, se mémorise. Elle peut faire toute la différence après un salon ou une rencontre.

WCard

Au-delà d'un simple échange, la carte de visite reste un **outil puissant** pour marquer les esprits, valoriser votre professionnalisme et ouvrir la porte à de futures opportunités.



Un canal de communication par excellence

Aujourd'hui, face à la profusion d'outils numériques, on oublie souvent à quel point la carte de visite reste un point de contact simple, direct et puissant.

Et pourtant, si votre entreprise compte 1 000 collaborateurs, cela représente **1 000 occasions de faire une bonne première impression**, et potentiellement des milliers d'échanges par an.

Sans investir un euro en publicité, vous donnez à chaque collaborateur un support concret pour représenter votre entreprise, votre image, vos engagements.

Pour être efficace et inspirer confiance, votre carte de visite doit être irréprochable : claire, alignée à votre charte graphique, actualisée, et adaptée aux usages actuels.



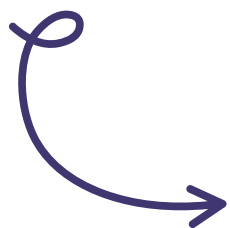
Estelle Prieto
Directrice Marketing



"Les entreprises qui traitent avec nous sont surprises du potentiel insoupçonné d'une carte de visite. Elles se rendent vraiment compte à quel point ce sont des outils clés dans une stratégie de communication"

2 Les erreurs à ne pas faire

Imaginez recevoir cette carte de visite après un rendez-vous...



Il manque les essentiels.

Les informations ne sont pas claires, mal hiérarchisées, et l'identité visuelle ne donne aucune indication sur la personne ou son univers professionnel.

Aucune accroche. Aucun impact.

Même en trouvant les coordonnées, vous n'auriez aucune envie de recontacter cette personne.

Les bonnes et les mauvaises pratiques



Respectez la charte graphique de l'entreprise

Vous assurez une cohérence visuelle entre tous vos supports. Cela renforce la crédibilité de votre entreprise et permet à vos interlocuteurs d'identifier votre marque



Ne changez pas les polices, couleurs ou logos

Risque de brouiller le message et de nuire à la reconnaissance de votre marque. Cela donne une image peu professionnelle, désorganisée, voire confuse.



Vérifiez les informations

Avant d'imprimer ou de partager votre carte de visite, assurez-vous que toutes les informations sont à jour. Une vérification rapide évite bien des malentendus



Ne laissez pas des coordonnées obsolètes

Une carte contenant un numéro invalide, une ancienne adresse mail donne une image négligée de votre activité. En plus cela peut faire perdre une opportunité de collaboration.





Utiliser un design lisible et aéré

Une carte de visite bien pensée laisse de l'espace entre les éléments, hiérarchise les informations, et facilite la lecture en un coup d'œil.



Ne pas surcharger avec trop d'infos ou de textes

Trop d'informations tue l'information. Une carte surchargée devient illisible et brouille le message. N'essayez pas de tout dire : concentrez-vous sur l'essentiel.



Avoir des cartes sur soi en toute situation

Un déjeuner pro, une rencontre imprévue, un salon ou un rendez-vous client : chaque moment peut être décisif. En ayant votre carte, vous montrez que vous êtes organisé, proactif et ouvert aux échanges.



Oublier d'en prendre lors d'événements

c'est prendre le risque de ne pas laisser de trace. Même une discussion marquante peut tomber dans l'oubli sans un support à remettre. Et dans un monde où l'attention est limitée, ne pas avoir de carte, c'est parfois ne pas être recontacté.



Avec WEMET, vous disposez d'une carte dématérialisée, directement accessible depuis votre application Wallet.





Pensez durable, pensez RSE

Le choix du support en dit long sur vos engagements. Opter pour des matériaux durables, recyclés ou innovants valorise votre démarche responsable et donne une dimension engagée à vos échanges professionnels.



Évitez les supports fragiles ou bas de gamme

Un papier trop fin, fragile ou au rendu « cheap » peut donner une mauvaise première impression. Votre carte de visite doit être à la hauteur de votre professionnalisme : si elle se froisse ou se déchire facilement, elle risque de finir à la poubelle...



Évaluez votre situation actuelle.

Vos cartes de visite sont-elles optimisés pour vos stratégies marketing ?

Faites le quiz

3 Exemples et utilisations de cartes de visite

La clé de la différenciation

De plus en plus d'entreprises comprennent que **les cartes de visite sont des outils puissants**. Alors il devient de plus en plus dur de se différencier dans la masse. Il faut donc trouver des moyens pour se démarquer et marquer les esprits.

C'est tout l'enjeu d'une carte de visite bien pensée : un support qui véhicule **votre image, vos engagements et votre identité dès le premier regard**.

Pour cela, il faut privilégier des modèles qui ont de la personnalité.

Il ne faut pas hésiter à être audacieux pour mettre en avant vos valeurs.

Des couleurs marquées, des **matériaux uniques, des technologies modernes...** Tout est bon pour se différencier.

Évidemment, tout cela ne se fait pas au hasard. Il faut que votre carte s'intègre avec cohérence à votre stratégie globale. Ainsi, elle aura un impact optimal.

Voici quelques exemples de cartes qui, par leur design, peuvent marquer les esprits.



À travers ces exemples, notre objectif est de vous inspirer, mais aussi de vous montrer comment l'intégration d'une **carte de visite connectée** peut réellement faire la différence dans votre manière de communiquer.

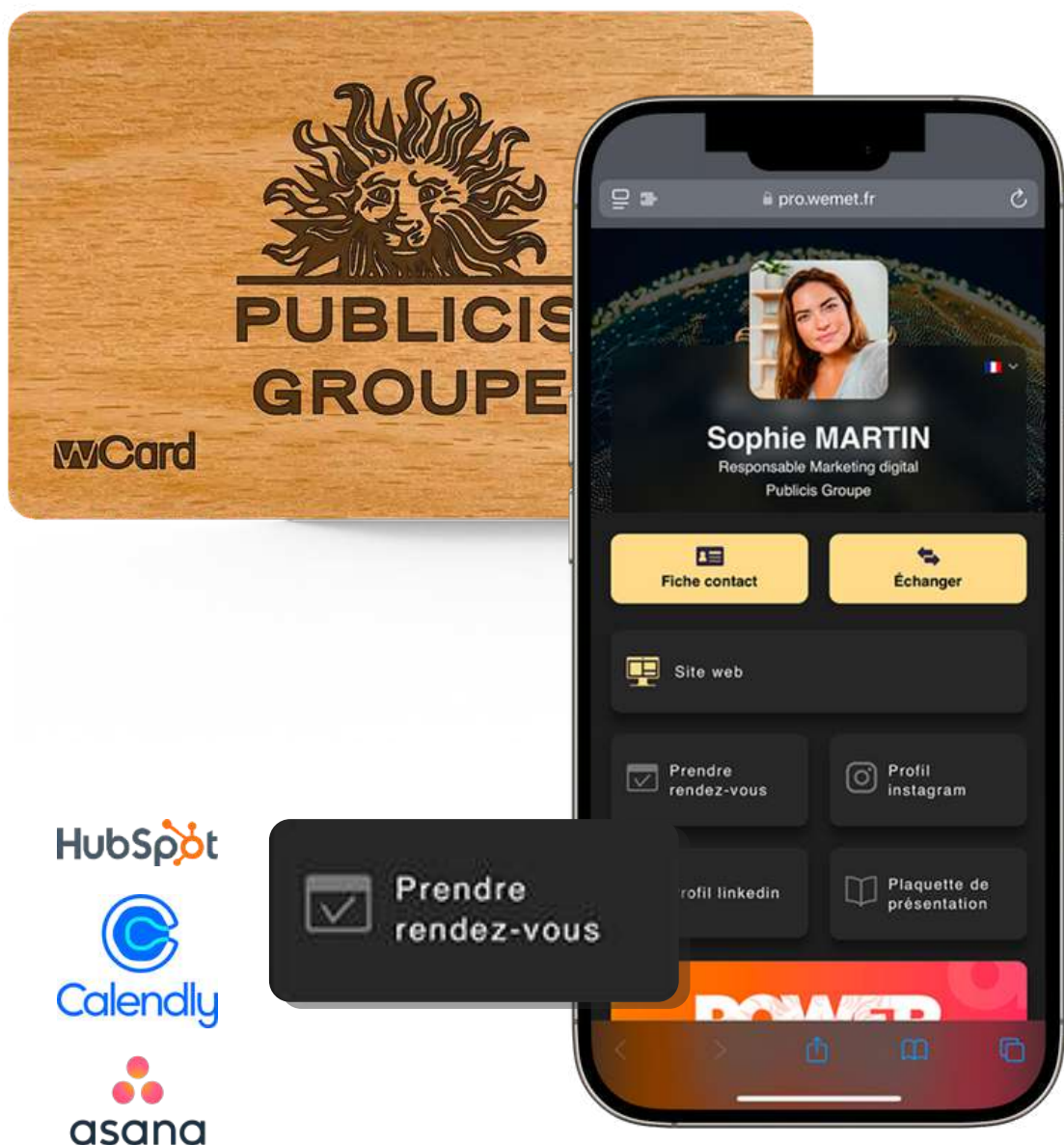
Un outil aligné avec votre image de marque

Une carte cohérente avec votre univers graphique.
Vos cartes WEMET sont 100% personnalisables, aux couleurs de votre marque. Typo, logo, ton... rien n'est laissé au hasard.



Obtenez des rendez-vous en un scan

Votre carte de visite peut inclure un bouton ou un lien direct vers votre calendrier. Un simple scan ou tap suffit pour qu'un prospect choisisse un créneau et planifie un rendez-vous.



Donnez accès à vos contenus professionnels

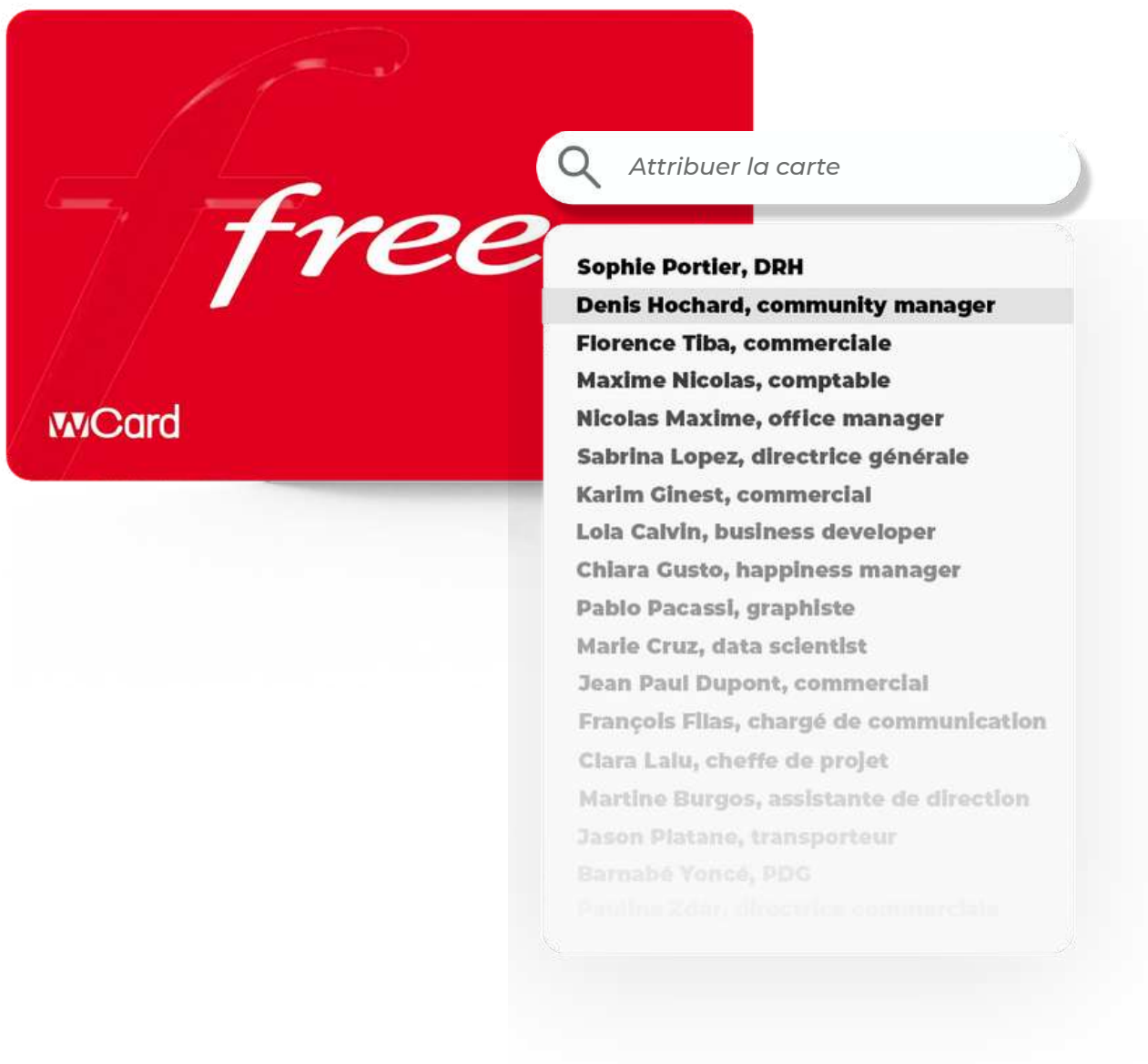
Portfolio, catalogue, brochure ? Tout est à portée de scan.

En un clic, vos interlocuteurs accèdent à vos supports commerciaux : présentation PDF, page web, plaquette produit...



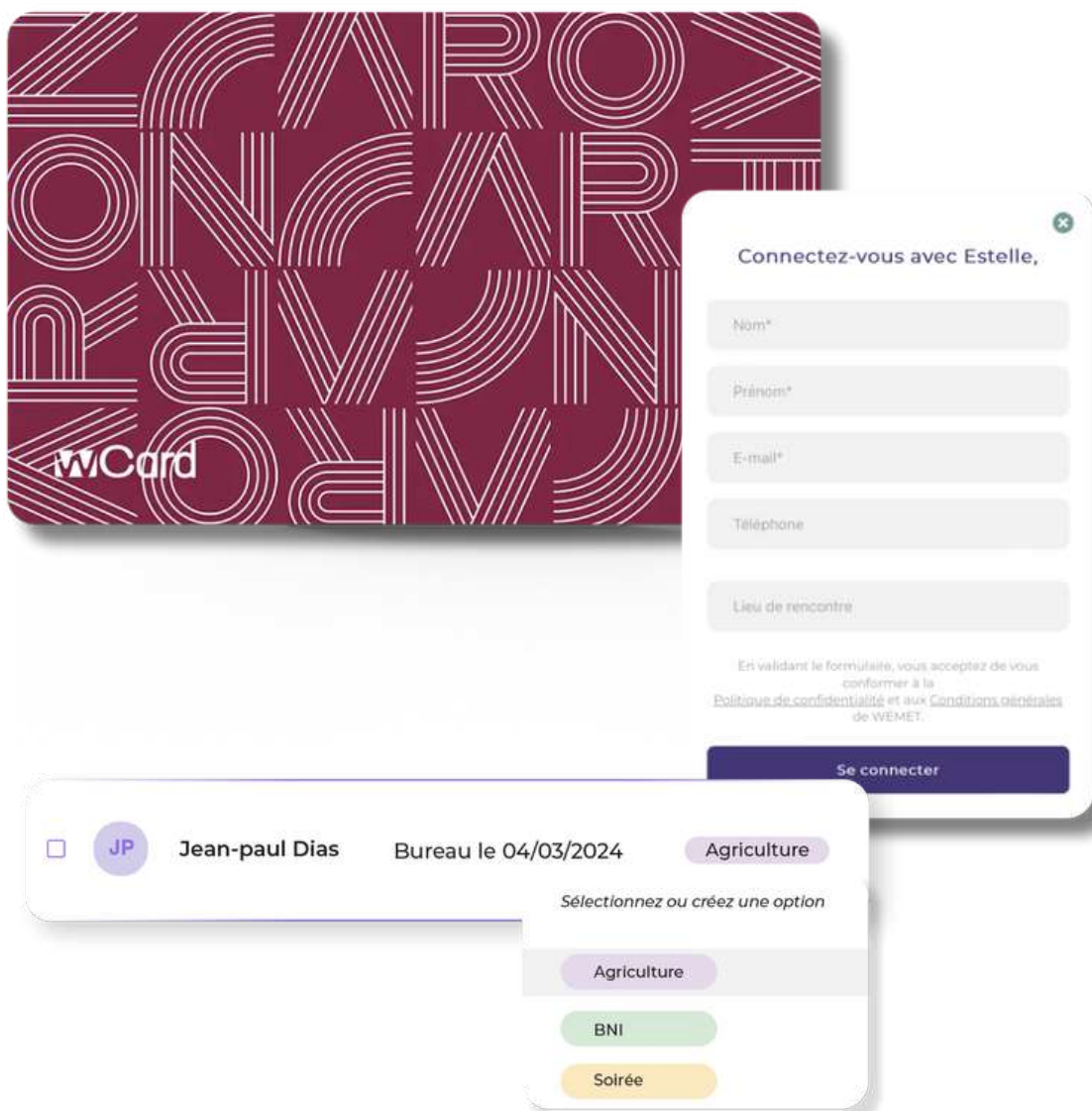
Mettez à jour vos informations à tout moment

Changez d'adresse, de poste ou de numéro ? Mettez à jour vos infos ou ré-attribuez en quelques clics, sans jamais réimprimer une carte.



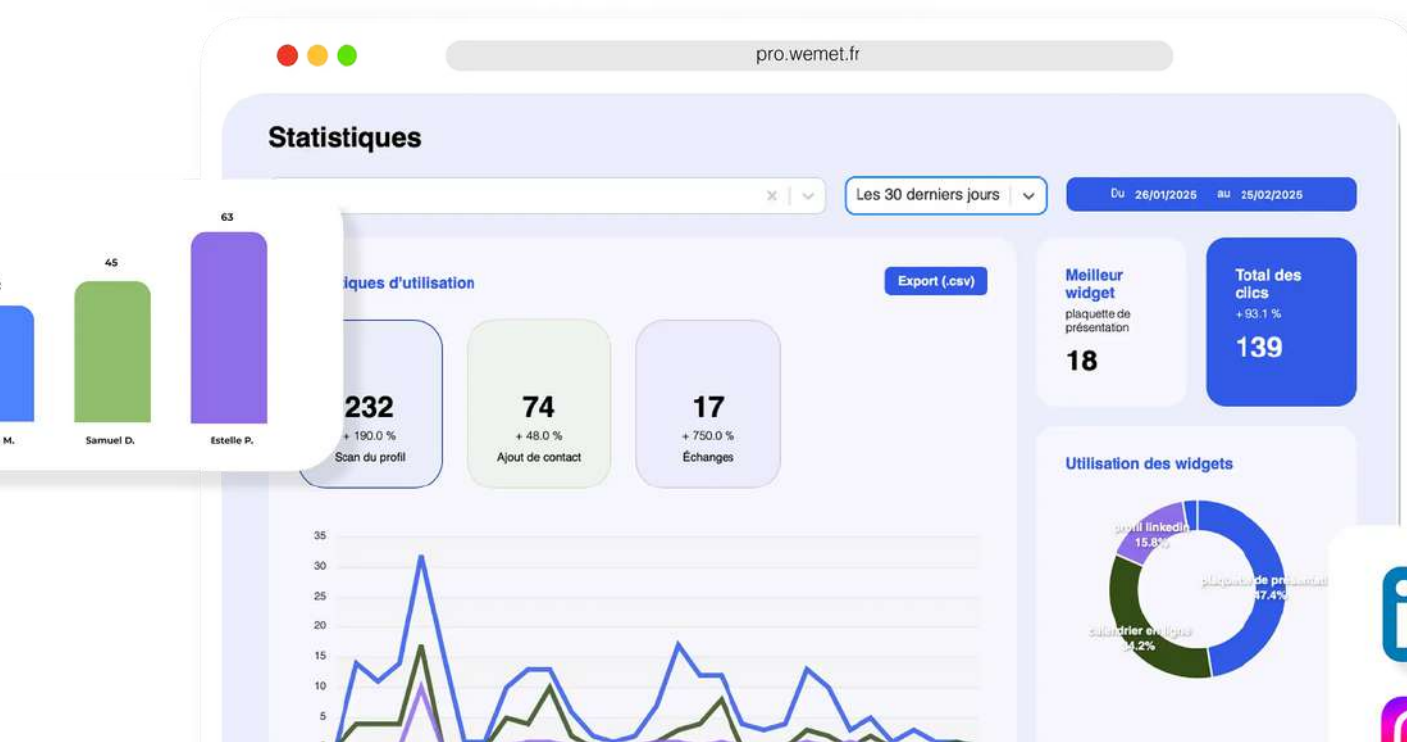
Récupérez les contacts rencontrés sur le terrain

Une rencontre = un contact enregistré.
Dès qu'un prospect vous scanne, vous pouvez récupérer ses infos
dans votre CRM.



Suivez l'impact de vos cartes en temps réel

Votre carte vous donne enfin des chiffres.
Suivez les scans, les clics, les consultations... et identifiez les moments clés de vos interactions. Idéal pour les équipes commerciales et marketing.



Une alternative écoresponsable et moderne

Un support pro qui respecte vos engagements.
Fini le gâchis de papier. Les cartes WEMET sont réutilisables, fabriquées dans des matériaux durables (bois upcyclé, PVC recyclé), et évitent des centaines d'impressions.





La carte de visite, un levier sous-estimé.

Des chiffres qui parlent d'eux-mêmes

72%

des professionnels **jugent une entreprise en fonction de la qualité de ses cartes de visite.**

39%

des destinataires **ne conserveront pas une carte de mauvaise qualité**

Le potentiel de la carte de visite reste encore sous-estimé. Pour vous rendre compte de la puissance de ce canal, voici un calcul concret représentant les opportunités qu'elles peuvent générer

1000

collaborateurs



x

200

cartes de visite distribuées/an



= 200 000

Opportunités de valoriser votre entreprise

Donc, plus que jamais, les entreprises ont tout intérêt à repenser la carte de visite dans une logique à la fois stratégique, RSE et marketing.

Et le ROI, ça donne quoi ?

En moyenne, une carte de visite bien conçue peut **générer une hausse notable de vos opportunités commerciales**. Si votre carte est perçue comme originale ou de qualité, vous avez :

+15%

de mémorisation
de la marque

+22%

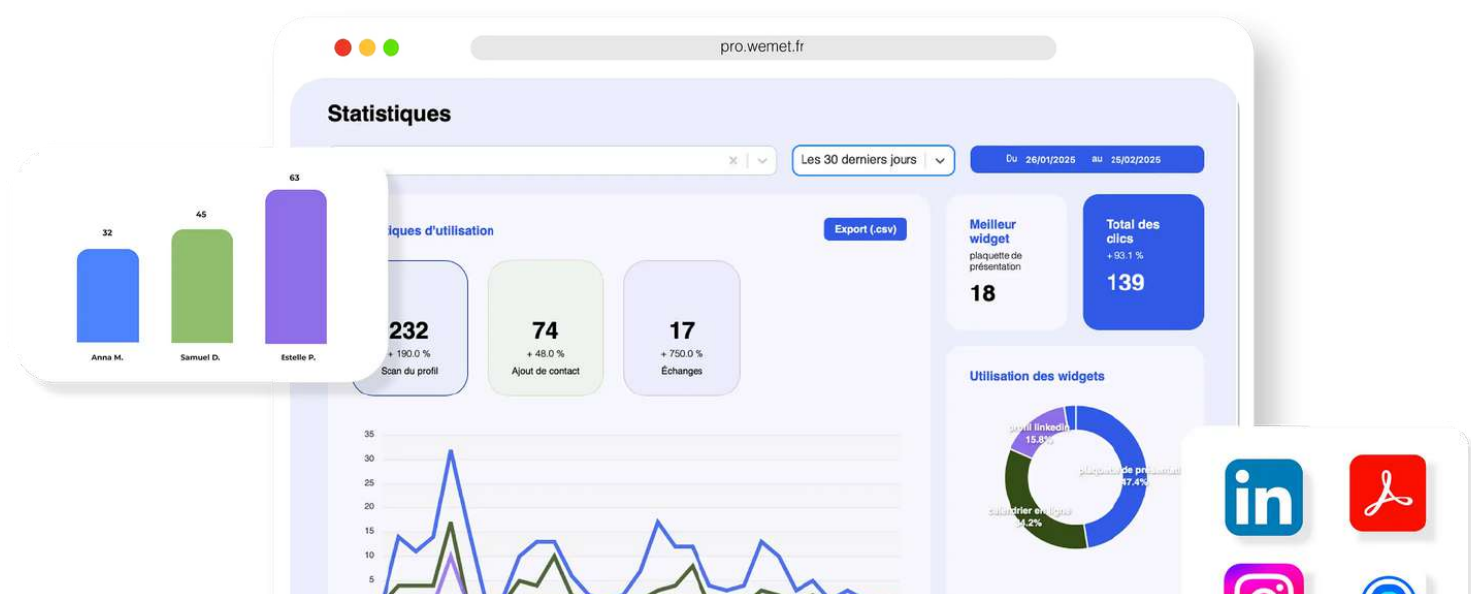
de recommandations suite
à une rencontre physique

+30%

de chances d'obtenir
un rappel ou un suivi

Ces chiffres rappellent que la carte de visite reste un levier de **notoriété**, de **crédibilité** et de génération **d'opportunités**.

Et pour les entreprises qui veulent mesurer encore plus précisément leur impact, les cartes de visite connectées permettent aujourd'hui de suivre les interactions en temps réel.



5 Exemple de cas d'usages par secteur d'activité

Industries

- Les coordonnées du commercial, du technicien ou du chef de projet.
- Un accès aux fiches techniques ou catalogues produits (PDF ou site web).
- Des démonstrations de machines ou process industriels (vidéo intégrée).



Santé

- Les coordonnées du praticien ou du service.
- La prise de rendez-vous en ligne (Doctolib, Maiia...).
- Les documents à préparer / liens vers des formulaires patients.
- Les certifications, agréments ou autorisations en vigueur.

Éducation

- Un lien vers le programme de formation ou la brochure PDF.
- Une vidéo de présentation de l'école, du campus ou du formateur.
- Un formulaire d'inscription ou de demande de rendez-vous.
- Les réseaux sociaux ou la plateforme e-learning.



Automobile

- Un lien vers la gamme de véhicules ou configurateur en ligne.
- La prise de rendez-vous pour un essai ou une révision.
- Une vidéo de présentation du véhicule ou de l'expérience client.
- Un formulaire de satisfaction ou d'estimation de reprise.



Luxe

- Une expérience premium via une landing page personnalisée (design soigné, vidéo immersive).
- L'accès à un lookbook ou à une collection en ligne.
- Un QR code vers un service client VIP ou un conseiller dédié.



LVMH



CARON
PARIS



Finance & Assurance

- Les coordonnées du conseiller attiré (avec photo).
- Un lien vers un outil de simulation ou de gestion de compte.
- La prise de rendez-vous en ligne pour un bilan ou un rendez-vous conseil.
- Une présentation des offres en cours ou services spécialisés.



ARDIAN



Des recommandations

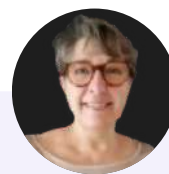


Romane Iltis

Pilote communication



Les WeCards offrent un avantage écologique en réduisant l'utilisation de papier et sont perçues comme innovantes, renforçant ainsi l'image de modernité de notre entreprise.

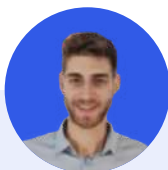


Isabelle Mauguin

Responsable des relations partenaires



Avec les WeCards de WEMET, nous avons trouvé une solution qui combine parfaitement innovation et durabilité. Nos collaborateurs apprécient l'ergonomie de la plateforme et la simplicité des échanges professionnels, et nous sommes fiers de réduire notre empreinte écologique.



Jérémie Mourier

Direction Achat



Ces cartes de visite virtuelles vont au-delà de la facilitation des échanges professionnels :

elles incarnent l'engagement profond de Manpower en faveur d'innovations responsables et d'une réduction active de son empreinte environnementale.



Estelle Prieto

Directrice Marketing

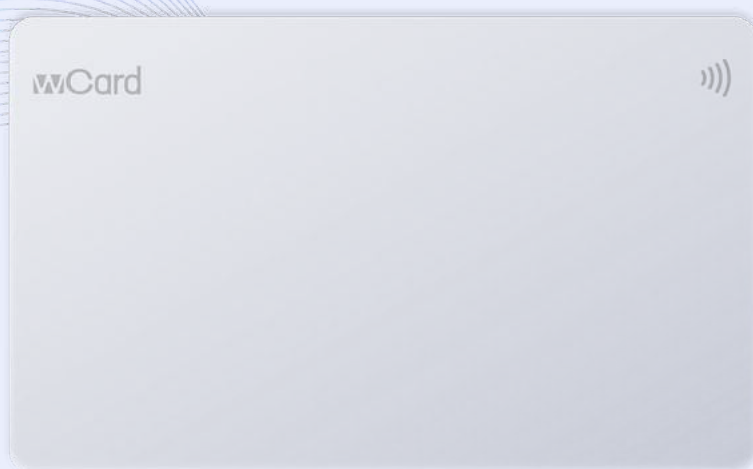


Grâce à la digitalisation des cartes de visite, les marques reprennent le contrôle sur un support historique. Maintenant, leur carte de visite travaille pour eux, et pas l'inverse.

Révélez le potentiel de vos cartes de visite

WEMET est le pionnier de la carte de visite connectée en France.

Plus qu'une carte, nous offrons des outils puissants qui permettent aux entreprises de faire gagner du temps à tous leurs pôles



+20 000

entreprises accompagnées

LVMH

EDMOND
DE ROTHSCHILD

ACCOR

EIFFAGE

Centralisez et automatisez la gestion des cartes de visite grâce aux intégrations avec vos outils internes.

HubSpot Salesforce pipedrive Microsoft Dynamics CRM

A okta Auth0 FreeIPA



Des fonctionnalités modernes comme le suivi des statistiques, enrichissement des données, connexion CRM, synchronisation signature mail...

Des matériaux responsables, en PVC recyclé ou bois upcyclé pour respecter les enjeux écologiques modernes des entreprises.

Une image de marque alignée grâce à une carte personnalisable aux couleurs, typographies et codes visuels de votre entreprise.



www.wemet.fr