

# L'ACTU DE LA PROMO

L'actu de la promo vous communique chaque mois les chiffres clés et les tendances de l'activité promotionnelle des marques.

## Sommaire Juin 2011

### ▶ Actu Conso

- Comment les consommateurs consomment-ils les cartes de fidélité?
- Innovation : téléchargement des coupons de réduction sur les cartes de fidélité

▶ [Lire l'article 1 | 2](#)

### ▶ Actu Promo

- Découvrez en avant première les chiffres clés de notre Focus Promo Edition 2011

▶ [Lire l'article](#)

### ▶ Actu Linéaire

- Bilan du sous rayon fromage. Ventilation des opérations promotionnelles en cumul annuel mobile à Mai 2011

▶ [Lire l'article](#)



Alert'in Store est un produit commercialisé par HighCo DATA

Envie d'une étude ciblée sur l'activité promotionnelle de votre rayon ? [Contactez-nous](#) : Email : [unequestion@alertinstore.fr](mailto:unequestion@alertinstore.fr) | Tel : 04 42 24 85 00

# L'ACTU DE LA PROMO

## ► Actu Conso







- Comment les consommateurs consomment-ils les cartes de fidélité?
- Innovation : téléchargement des coupons de réduction sur les cartes de fidélité



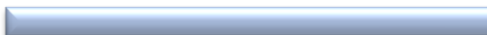

► [Retour à l'accueil](#)

## ► Chiffres clés

**Interrogés sur l'impact des cartes de fidélité sur leur comportement d'achat, les consommateurs reconnaissent que cela :**

1. Amène à aller **plus souvent** dans l'enseigne concernée (77 %) 
2. Incite à **acheter plus** dans l'enseigne (63 %) 
3. Donne plus de **satisfaction** vis-à-vis de l'enseigne (60 %) 
4. Permet de céder à des **coups de cœur** (57 %) 
5. Donne plus de **confiance** dans cette enseigne (47 %) 
6. Incite à **recommander** l'enseigne à l'entourage (46 %) 

Les motifs de non utilisation ou de non présentation de la carte de fidélité sont :

1. La non possession au moment du passage en caisse (59%) 
2. L'absence de souvenir ou de mémoire d'avoir une carte de l'enseigne (54%) 

## ► Notre analyse

La carte de fidélité d'une enseigne a un réel impact sur les actes d'achat. Elle améliore également la perception de l'image de l'enseigne aux yeux du consommateur. Néanmoins, elle ne permet pas pour autant de créer un réel attachement.

*Sondage réalisé auprès d'un panel de 1012 personnes de 15 à 65 ans représentatif de la population Française entre le 04 et le 10 avril 2011 avec l'aide de l'institut Easy Panel*

# L'ACTU DE LA PROMO

## ► Actu Conso

- Comment les consommateurs consomment-ils les cartes de fidélité?
- Innovation : téléchargement des coupons de réduction sur les cartes de fidélité

► Retour à l'accueil

## ► Téléchargement du coupon sur la carte de fidélité

**MES BONS DE RÉDUCTION**  
À ENREGISTRER SUR MA CARTE E.LECLERC

1 - Je choisis mes bons de réduction  
2 - Je les enregistre sur ma Carte E.Leclerc  
3 - Je présente ma Carte E.Leclerc lors de mon passage en caisse

4 - Mes bons de réduction seront automatiquement déduits de mon ticket de caisse si j'ai acheté le produit correspondant.  
Les bons de réduction sont valables 30 jours après leur enregistrement sur votre carte.

Je choisis mes bons de réduction

	<input type="checkbox"/> Sélectionner		<input type="checkbox"/> Sélectionner
	<input type="checkbox"/> Sélectionner		<input type="checkbox"/> Sélectionner

Je consulte mes bons de réduction disponibles

TELECHARGER SUR MA CART



## ► Cinématique consommateur

1. Le consommateur se connecte sur le site de l'enseigne
2. Il s'identifie avec sa carte de fidélité
3. Il sélectionne la rubrique "Promotion - Bons de réduction"
4. Il sélectionne les bons des industriels partenaires et les crédite sur sa carte de fidélité
5. Lors de ses achats, les coupons seront déduits de la carte après contrôle des achats

# L'ACTU DE LA PROMO

## ► Actu Promo

- Découvrez en avant première les chiffres clés de notre Focus Promo Edition 2011

► [Retour à l'accueil](#)

## ► Profil consommateur – chiffres clés



### Pour les consommateurs, la promotion est :

- un soutien au pouvoir d'achat : 66%
- un déclencheur d'achats non programmés : 46%

### Et doit présenter les qualités suivantes :

- offrir un réel avantage financier : 91%
- être immédiate lors du passage en caisse : 80%
- être facile à comprendre : 35%

## ► Pour aller plus loin

**Le consommateur souhaite avant tout pouvoir mesurer l'économie réalisée et en bénéficier sans contraintes : Simplicité & Rapidité**

Plus de 59% des consommateurs interrogés se rendent sur les sites de marques pour télécharger des offres promotionnelles : **la recherche de bons plans induit un comportement multi-canal du consommateur.**

Etude réalisée auprès de 4000 consommateurs représentatifs de la population française  
Questionnaire sortie caisse et on line  
Panel HighCo | Janvier – Février 2011

Contactez-nous : Email : [unequestion@alertinstore.fr](mailto:unequestion@alertinstore.fr) | Tel : 04 42 24 85 00

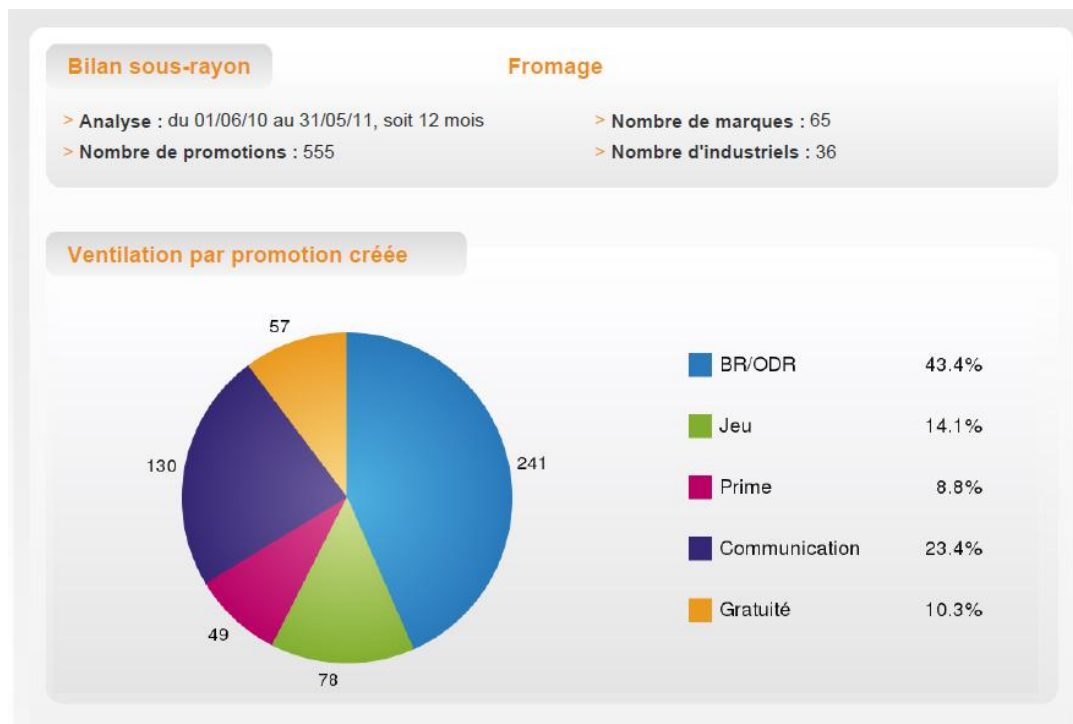
# L'ACTU DE LA PROMO

## ▶ Actu Linéaire

- Bilan du sous rayon fromage. Ventilation des opérations promotionnelles en cumul annuel mobile à Mai 2011

▶ [Retour à l'accueil](#)

## ▶ Chiffres clés



## ▶ Le saviez-vous?

Alert'In Store permet via un abonnement de générer des bilans sur mesure en choisissant vous-même votre angle d'analyse : marque, rayon, mécanique promotionnelle ...

Pour connaître l'activité promotionnelle de votre rayon, n'attendez plus, contactez nous!