

LES 10 COMMANDEMENTS D'UNE OP RETAIL REUSSIE



LA HALLE & PRINCESSES
présentent
made in vous

affirmez
la **princesse**
qui est en vous

cliquez ici pour créer votre t-shirt
et participer au jeu-concours

jusqu'au 27 février 2019

#lahallemadeinvous #teamprincesses

©2019 Disney

Commençons par les présentations...

Le trade marketing

Définition wikipédia

« Le trade marketing, marketing associé ou mercatique associée est une approche business to business du marketing ayant pour objectif de satisfaire les intérêts communs, sur le plan économique et stratégique, des producteurs et des distributeurs »

*Une définition assez juste mais qui manque de notion clients..
Le trade marketing est un point d'avenir du marketing ainsi que le digital*

Car ensemble on est plus fort et on peut faire la différence pour un client

Le marché du retail

La consommation a changé et c'est encore plus vrai aujourd'hui avec le COVID.

Nos clients sont exposés à une multitude d'enseignes, d'offres, de produits, de programmes de fidélité, de publicité.

Les acteurs sont de plus en plus nombreux.

Les sujets tels que la RSE, la production locale deviennent de plus en plus importants pour les entreprises

Le marché du retail

Les spécialistes voient leur PDM s'effriter avec de nouveaux modes de consommation, de distribution:

- *Les réseaux de seconde main comme VINTED, le bon coin et l'arrivée des corners seconde main en magasin*
- *La croissance dynamique des enseignes de destockage et/ou de discount comme ACTION, GIFI, LIDL STOKOMANI, NORMAL, ZEEMAN, NOZ qui proposent des produits variés à prix très compétitifs*
- *La GSA qui se défend sur le non-alimentaire*
- *La montée en puissance d'Amazon, d'Alibaba, de Wish...*

Il est temps de sortir du lot !

Dans ce contexte morose, les consommateurs ont quand même envie de rêver, de s'amuser, d'être « chouchoutés ».

Dans ce contexte ultra-concurrentiel, les enseignes ont besoin de se démarquer

On assiste à un retour des valeurs « vraies » simples, familiales (en témoigne la montée en puissance des jeux de société)

Les achats doivent RE-devenir PLAISIR

L'expérience shopping doit être LUDIQUE

Il faut se lancer dans LE RETAILTAINMENT !

LES DIX COMMANDEMENTS



MacBook

1. Former un magnifique duo « marketing / offre »

A deux, on est plus forts

*Ce n'est pas au marketing de décider seul des opérations licences car LA licence du moment en terme de média n'est pas forcément celle que les clients attendent en terme de produits
Selon le contenu, certains produits dérivés n'arrivent malheureusement pas à sortir du lot*

Et à l'inverse, l'offre ne peut pas définir seule son offre de produits sous licence : il faut s'assurer d'avoir celle qui permettra de nourrir l'enseigne et qui est facilement déclinable en communication

2. Embarquer impérativement le réseau

Mise en rayon, encaissements, gestion des clients, management, application des consignes, mise en place des offres promotionnelles, pression de la direction, du chiffre...

*« Et voilà encore le marketing dans leur cage doré qui nous invente une opération !
Clairement ce n'est pas notre priorité !
On va juste poser leur affiche et ils seront contents »*



2. Embarquer impérativement le réseau

Dans le RETAIL, rien n'est plus important que de conquérir le réseau

On doit les embarquer dans l'histoire et ils doivent comprendre où est leur intérêt

Une OP Harry Potter doit avoir une conséquence magique pour eux

Une OP Disney Animaux / Marvel : les équipes magasins peuvent « choisir leur camp » et gagner leur lot en conséquence

= Ne pas hésiter à proposer des challenges et des dotations magasins pour les inciter à relayer fortement l'opération

Les présentations orales sont vivement recommandés vs les envoi d'un power point

Nous devons leur raconter une histoire, susciter leur intérêt ET leur sens du business

Disney Animaux / Marvel x Disneyland Paris xLA HALLE

Opération en
cours

L'OPERATION

2^{ème} édition de l'opération MADE IN VOUS

Création d'une collection capsule homme / femme / enfants sur
les thèmes Disney Animaux et Marvel.

Toute la collection est co-construite avec les clients

Un partenariat avec Disneyland Paris vient renforcer le discours
et le choix des licences (dispositif initialement calé sur la saison
des supers héros et le festival du Roi Lion)

DISPOSITIF

- Campagne Instagram, Facebook, Médias Digitaux
- PLV magasins
- Campagne CRM
- Module digital dédié
- Jeu concours
- Challenge magasin



2. Embarquer impérativement le réseau

*Et pour finir de les conquérir, il faut leur montrer des chiffres 😊
Ne pas hésiter à jouer la concurrence avec les autres magasins de leurs divisions
Des exemples parlant, des chiffres clairs pour leur faire comprendre où est leur intérêt*

*Ex : défilement moyen d'un produit LA HALLE 0,62
Défilement moyen d'un produit de l'OP Disney Marvel 3,33*

Ne pas hésiter à compléter le dispositif avec une offre promotionnelle en parallèle pour booster la transformation (prime à l'achat, réduction...)

3. Pensez omnicanal

A l'aire du « dispositif 360° », une opération trade ne peut pas être jouée sur un seul canal : Magasins, site e commerce, digital, réseaux sociaux, influence, RP, CRM...il faut « encercler » le client

Chaque canal a son propre objectif et permet de nourrir différemment l'opération

Magasins



Site e-commerce et blog



Programme de fidélité



Forte présence sur les RS



Les réseaux sociaux



La Halle (Par défaut) • le 27 août à 16:18

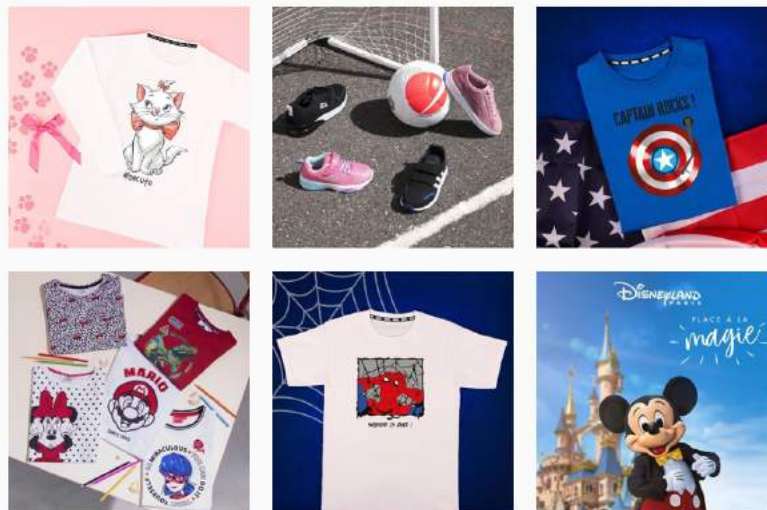
La Halle présente made in vous ! Une collection Disney Animaux et Marvel co-créée par vous en janvier et qui débarque aujourd'hui dans vos magasins. 🥰

T-shirt manches courtes Marvel 5,99 €

Acheter

35 214 Personnes touchées 824 Interactions

Booster la publication



pousseine • S'abonner Paris, France

pousseine Tadaaam ! Vous vous souvenez La Halle et Disney vous avez donné la possibilité de créer votre propre tee-shirt et de choisir entre 2 team (team Marvel ou team Disney Animaux) Et aujourd'hui c'est le grand jour puisque la collection sort dans vos magasins La Halle ! Perzo j'étais la team Disney Animaux et je suis très fière de vous dévoiler l'un des tee-shirts de la collection. N'est-il pas canon ? le tenais à vous remercier car vous avez été plus de 2000 à participer ! (merci encore d'avoir contribué à ce succès 🥰) Je vous donne rdv sur le site internet de La Halle pour découvrir toute la collection Disney !

24 août

Amé par laballeofficial et 2 438 autres personnes

Ajouter un commentaire... Publier

Facebook est un excellent driver de business : Formats collection, carousel...

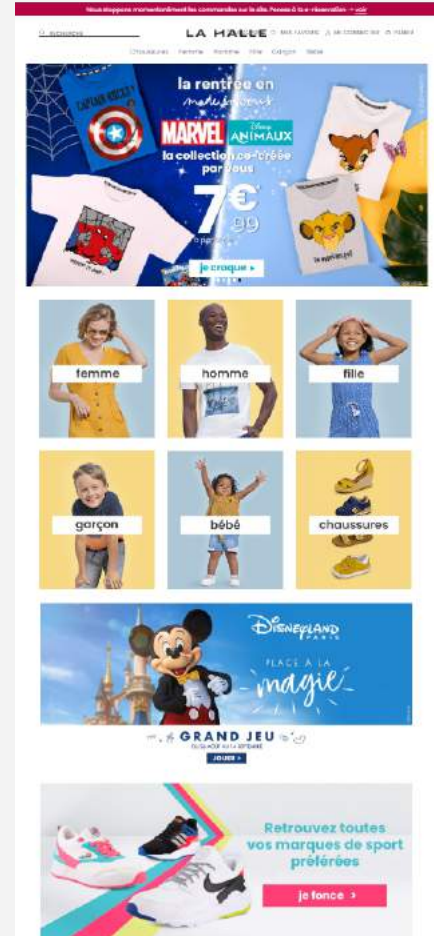
La communauté Facebook est également fan des jeux, des concours : un engagement garanti ! Instagram permet d'apporter une touche plus « mode » aux produits et est le terrain de jeu idéal des influenceurs

Penser également selon les sujets à Pinterest et au petit « nouveau » qui monte très fort TIK TOK !

Le site e-commerce

2 clients sur 3 en moyenne regardent le site e-commerce d'une enseigne GSS avant de se rendre en magasin.

Le site est donc une vitrine incontournable pour valoriser le partenariat !



Le CRM

*Vos clients fidèles sont les meilleurs ambassadeurs pour prêcher la bonne parole.
Un « parrainage » totalement gratuit et efficace*

Ne pas hésiter à leur faire découvrir l'opération en avant première et surtout à leur réserver des surprises juste pour eux !

jeudi
15/08

OUVERTURE EXCEPTIONNELLE
voir la liste des magasins sur lahalle.com

la rentrée pour tous !



vos enfants rêvent d'entrer à Poudlard ? ça tombe bien ! avec notre nouvelle collection Harry Potter, vous n'avez pas besoin d'aller à Poudlard pour essayer cette collection magique.

et pour vous remercier de votre fidélité, nous vous avons réservé un **avantage exclusif**.



exclusivité La Halle

Harry Potter®

1 sac offert*

dès 49€ d'achat
valable uniquement en magasin
du 14/08 au 02/09/2019

pour les petits sorciers

pour qu'il soit le plus mignon de tous les sorciers, il faudra :

- une pinocée de t-shirts colorés
- un jean anti-taches
- un sac à dos pour ranger ses affaires préférées



découvrir la collection Harry Potter et gagner de nombreux cadeaux

bonjour XX,

pour la rentrée de nos petits sorciers, venez découvrir la collection Harry Potter, de nombreux cadeaux sont à gagner dont un voyage à Londres ! alors, prêt pour une rentrée des plus magiques ? rendez-vous ce samedi sur notre page Facebook.

jeu-concours
Harry Potter

le 31/08

trouvez la sortie du labyrinthe pour tenter de gagner de nombreux cadeaux magiques.



Tentez à Londres en famille 10 boîtes LEGO® Harry Potter

je tente ma chance ▶

et profitez-en pour découvrir notre collection exclusive Harry Potter



9€

9€

Les médias

Sponsorisation sur les réseaux sociaux, affichage, catalogue, street marketing, partenariat de sites, presse, TV, push mobile... Selon le budget, il existe de nombreux moyens de valoriser l'opération

Le média digital permet aujourd'hui de cibler parfaitement sa campagne en drive to store ou en drive to web

Le croisement des cibles et des BDD entre partenaires permet un recrutement conjoint et impactant.

mon tote bag
Disney
MICKEY
offert
dès 35€ d'achat* + 1€

LA HALLE
c'est vraiment vous

lahalle.com

*Offre valable jusqu'au 31/12/2014. Offre réservée aux clients La Halle. Offre valable uniquement sur les achats de 35€ ou plus en magasin. *Offre valable uniquement sur les achats de 35€ ou plus en magasin. *Offre valable uniquement sur les achats de 35€ ou plus en magasin.

Les magasins



1^{er} vecteur de communication, les points de vente doivent être particulièrement travaillés. Le client doit s'immerger dans l'histoire. Comme pour le média, cela peut-être simple avec quelques PLV événementielles, des mobiles ou être un véritable pop up store.

4. Faire les bons choix de timing, de cible

Le timing

La GSA et la GSS ont leurs marronniers à respecter et ceux-ci ne sont pas forcément calés aux sorties cinéma

Par exemple, de fin décembre à fin janvier, et de mi-juin à mi-août, les ventes privées et les SOLDES restent la priorité business absolue

Une belle opération trade n'émergera jamais suffisamment dans un contexte promotionnel fort

4. Faire les bons choix de timing, de cible

Exemple d'un planning GSS MODE :

JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DECEMBRE
A EVITER (SOLDES)	MOIS CREUX SAUF ST VALENTIN	BON MOIS POUR LA FEMME	BON MOIS CAR REEQUIPEMENT BEAUX JOURS	PLEIN ETE	TRES BON MOIS POUR LA LICENCE (produits estivaux)	A EVITER (SOLDES)	A EVITER JUSQU'AU 15/08	TRES BON MOIS POUR LA LICENCE (RDC)	BON MOIS CAR REEQUIPEMENT HIVER	PLEIN HIVER ET COCOONING	TRES BON MOIS POUR LA LICENCE (Idées cadeaux)

4. Faire les bons choix de timing, de cible

Planning GSA:

JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DECEMBRE
BLANC SOLDES	BEBE SAINT VALENTIN BEAUTE	PAQUES	PAQUES FRENCH DAYS	FETE DES MERES	FETE DES PERES DEPART EN VACANCES EVENEMENTS SPORTIFS	EVENEMENTS SPORTIFS SOLDES	RENTREE	RENTREE ETUDIANTS FOIRE AUX VINS FRENCH DAYS 2	HALLOWEEN FOIRE AUX VINS ANNIVERSAIRES	FETES DE FIN D'ANNEE BLACK FRIDAY	FETES DE FIN D'ANNEE

4. Faire les bons choix de timing, de cible

La cible

Selon vos objectifs, votre clientèle, il faut trouver LE ou LES licences idéales

Pour une opération à destination des petits, bien penser à proposer une offre garçon et une offre fille car peu de licences sont mixtes

Sur des licences plus « ado », il est souvent plus facile de trouver une licence commune attractive

Pour des opérations transversales, jouer le côté mode actuel et nostalgique (ex : Mickey et Minnie, les looney toons) ou jouer des licences humoristiques (ex : monsieur madame)

5. Impliquer ses clients

*Il ne suffit pas de proposer une belle offre produits et un jeu
Il faut que le client se sente concerné et qu'il y voit un avantage*

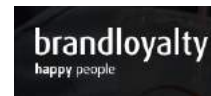
*C'est le cas des opérations collecteurs des GSA par exemple car le client peut accéder
à des produits dérivés à moindre coût.*

*C'est également le cas des opérations MADE IN VOUS La Halle car le client est
sollicité pour réaliser la collection*

Les OPÉRATIONS VIGNETTES

se développent en GSA depuis 10 ans

- ✓ Plus de 40 opérations majeures en 2019
 - ✓ Coût : jusqu'à 30 M€
- ✓ 2 acteurs internationaux dominent
- ✓ Impact visites & montants paniers



Les OPÉRATIONS VIGNETTES

Disney La Reine des neiges II

72 cartes à collectionner sur un album collector. 1 sachet de 2 cartes et 1 vignette remis contre 30 € d'achat

Dès 5 vignettes = 1 des 4 peluches Reine des Neiges à 9,60€

Des jeux vidéos à débloquent sur l'application dédiée en scannant les vignettes Reine des Neiges

DU 29 OCTOBRE AU 31 DÉCEMBRE 2019

UN ALBUM COLLECTOR ET 72 CARTES À COLLECTIONNER

2€⁹⁰ ALBUM VOTRE PREMIER PAS

UN SACHET DE 2 CARTES OFFERT PAR TRANCHE DE 30€ D'ACHAT

DÉCOUVREZ L'ALBUM COLLECTOR AVEC DES CONTENUS INÉDITS, DES ACTIVITÉS LUDIQUES ET DES RANGEMENTS POUR VOS CARTES COLLECTÉES.

PROFITEZ DE VOTRE PELUCHE À PETIT PRIX EN COLLECTIONNANT 5 VIGNETTES

17%¹⁰ 7€⁹⁰ PELUCHE REINE DES NEIGES II AU CHOIX

1 VIGNETTE OFFERTE DANS CHAQUE SACHET DE CARTES

ET DÉCOUVREZ NOTRE APPLICATION MAGIQUE : COLLECTOR DE NOËL

© JUSQU'À 10 JEUX EXCLUSIFS REINE DES NEIGES II. Plus vous scannez de cartes = plus vous débloquent de jeux.



Star Wars

96 stickers à collectionner sur un album collector à 1,99€.

1 sachet de 4 stickers remis contre 30 € d'achat ou en achetant un des produits partenaires

Gagner par tirage au sort l'album avec des stickers en saisissant un code sur le ticket de caisse comportant un produit partenaire sur deviensunjedi.leclerc

E.Leclerc

STAR WARS

Star Wars est de retour chez E.Leclerc

Du 4 au 18 novembre 2019

TENTE DE GAGNER L'ALBUM COLLECTOR

avec soit 2 pochettes de 4 stickers soit la collection complète de 96 stickers!

Comment jouer ?

1. Acheter un produit partenaire présent dans les pages suivantes.
2. Recevoir un code imprimé sur votre ticket de caisse.
3. Saisissez-le sur www.devienunjedi.leclerc pour participer au tirage au sort.

Du 19 novembre au 22 décembre 2019

COLLECTIONNEZ LES 96 STICKERS DANS L'ALBUM COLLECTOR (1€20)

Recevez une pochette de 4 stickers

- À chaque passage en caisse par tranche de 30€ d'achat.
- Et/ou en achetant l'un des produits partenaires présents dans les pages suivantes.

Achetez votre album collector à 1,99 € pour vivre l'aventure Star Wars et collectionner les 96 stickers.

#StarWarsLeclerc

Disney

E.Leclerc

6. Créer un deal WIN WIN WIN

Pour le RETAILER :

*Développement du CA
Recrutement de nouveaux
clients
Amélioration de l'image de
marque
Innover vs concurrence*

Pour le LICENCIE :

*Développement du CA
Recrutement de nouveaux
clients
Campagne de communication
massive
Boost de notoriété*

Pour le CLIENT :

*Achat plaisir avec une
dimension de « bonne
affaire »
Expérience shopping
Ludique
Cadeaux*

7. Laisser une trace

Outre l'achat du produit sous licence, le petit goodies, la prime à l'achat, une photo de l'expérience client restent dans l'esprit du consommateur et permet à la marque, au distributeur « d'entrer » chez son client



8. Créer le buzz

- ✓ *Compte à rebours pour le lancement d'une collection capsule*
- ✓ *Edition limitée*
- ✓ *Exclusivité web pendant 1 semaine*
- ✓ *Communication teasing via influenceurs*

*...tout est bon pour créer un véritable événement autour d'une opération
Il n'est pas nécessaire d'avoir un budget conséquent mais de trouver des moyens tactiques pour créer l'engouement*

SOLD OUT



nomme [S. Zwicky @Modavista](#) nomme site geyon

STEPHANIE ZWICKY®
MODAVISTA
tailles 40-48 en 10

avant première web

d'ici Noël j'ai vu toutes les femmes avec La Halle !
genre que n'a été inventé que pour une seule mode web :
@LaHalle. La Halle vous présente une collection inédite
en collaboration avec le célèbre blogueuse et
styliste de la mode féminine @stephaniezwicki.
comprenez votre look et faites-vous plaisir ! en robe,
costume maison ou chemisier et pantalon (tailles 40 à 60).
à vous de repenser pendant les fêtes !

#lablogdestephaniezwicki

exclusivement
à La Halle

mon body
préféré
15€

9. Et le plus important...trouver l'histoire à raconter

C'est LE nerf de la guerre

Comment transformer une opération trade en partenariat de contenu et de marque ?

Il faut trouver le lien entre l'ADN du retailer et le contenu de la licence

Disney Princesses x LA HALLE

HISTOIRE

Les princesses et leurs caractères représentent parfaitement la promesse « c'est vraiment vous – pour tous les styles qui vous ressemblent » de la HALLE

Une opération permettant de valoriser les princesses Disney, leur singularité tout en reflétant les valeurs de l'enseigne La Halle

DISPOSITIF

- Campagne Instagram, Facebook, Médias Digitaux
- PLV magasins
- Campagne CRM [..\Documents\WEBINAR\module\(VF\).mp4](#)
- Module digital dédié [..\Documents\WEBINAR\LH-MIV-IGTV-contes-01.mp4](#)
- Jeu concours

SOLD OUT en
4 semaines

du XX février au XX mars

Disney
LA HALLE & PRINCESSES
présentent
made in vous

**affirmez la princesse
qui est en vous**



rendez-vous sur **lahalle.com**
pour créer votre t-shirt de princesse
et participer au concours

LA HALLE
c'est vraiment vous



90 ans de Mickey x LA HALLE

HISTOIRE

*La Halle souhaite faire vivre à ses clients un Noël magique
Un moment de partage chaleureux, unique et célébrer toutes
les familles, ADN fort de la Halle.
Qui de mieux que Mickey et Minnie pour réunir les générations
et se dire qu'à Noël tout est possible ?*

DISPOSITIF

- Spot digital YOU TUBE et RS + campagne digitale globale
- Campagne d'affichage
- Campagne CRM avec jeu
- Corner magain
- Prime à lachat

100 000 totebags
vendus en
3 semaines



LA HALLE
c'est vraiment vous

**faire apparaître
un beau cadeau**

Astérix x Lidl

HISTOIRE

Lidl a beaucoup valorisé le territoire et la production Française en appuyant le fait qu'ils étaient là depuis plus de 30 ans. Notre village d'irréductibles Gaulois était tout indiqué pour cela ! Une opération généreuse avec un soupçon d'impertinente qui cadre parfaitement avec le ton de l'enseigne

DISPOSITIF

Catalogue : XXL Quantité maxi à prix mini

Loterie avec obligation d'achat

Campagne média

PLV magasins





Adidas x La Halle

HISTOIRE

La Halle permet à ses clients de créer leurs propres baskets Adidas. Un modèle unique créé avec la collaboration du collectif Sneakers & Chill. Une collaboration autour du street wear et du DIY en lien avec les valeurs d'Adidas et de La Halle.

DISPOSITIF

Customisation magasin + relais PLV in et out door

Campagne média

Campagne réseaux sociaux

Campagne RP et influences

événement

la custo s'invite à La Halle !

les 7 et 14 septembre, customise tes baskets adidas gratuitement en magasin avec les artistes du collectif Sneakers & Chill*

offre à votre paire de sneakers préférée une allure mythique et intemporelle en la faisant customiser par des artistes passionnés !

liste des magasins participants : [la](#)

*service gratuit pour toute paire adidas achetée à La Halle ou sur [laha.com](#). voir le liste des magasins participants.

Sneakers & Chill

adidas

Tour de France x Leclerc



HISTOIRE

Leclerc valorise son ADN régional en soutenant le tour de France et des régions. Sponsor de l'évènement, le distributeur valorise également les produits de chaque région au sein de ses catalogues régionaux.
Une magnifique cohérence

DISPOSITIF

Catalogue

Grande loterie avec soutien omnicanal

Nombreuses marques partenaires

DU 18 JUN AU 28 JUILLET 2019

Grand jeu **le tour** des régions

CHAQUE SEMAINE TENTEZ DE GAGNER DES MONTAGNES DE CADEAUX

AU TIRAGE AU SORT **PLUS DE 350 000 € DE LOTS À GAGNER**

J'accepte le règlement.*

JE PARTICIPE

*voir le règlement | valeur totale des cadeaux : 354 500 €

Mise en avant produit Leclerc régional

À découvrir en ce moment

Navigat de Montélimar : le meilleur du mande !

La preuve ? Montélimar est devenue LA capitale du nougat, une gourmandise pourtant fabriquée en Orient depuis l'Antiquité. Qui est responsable de cette célébrité ? Un dent d'ivoire ? L'agronome Olivier de Serres qui, au XVIII^e siècle, planta des amandiers dans cette belle région de la Drôme provençale ; et Ernie Coubot, maître du Montélimar puis président de la République de 1898 à 1903, qui ne fit qu'ajouter à tous ses titres de France. Les ingrédients du nougat ? Du sucre, du miel, de la vanille, des amandes. Le tout est enveloppé dans du pain séché qu'on fait sécher et vendon en barres ou en canés. Comment bien profiter de cette gourmandise ? En le croquant tel quel ou en préparant de sublimes desserts : pain d'épices, breuvages, marjolaine, moufles, glaces, tartes poires, pastiches et nougats. De toutes les manières, on se régale !

Produits Tour de France en catalogue

VOUS DÉCOUVREZ ICI DES PRODUITS TOUR DE FRANCE

- 9€
- 8€
- 3€
- 17€
- 3€



Netto x La bonne paye

HISTOIRE

S'appuyant sur son positionnement « low cost » et donc sur son objectif de donner plus de pouvoir d'achat aux clients, l'association « la bonne paye » est parfaitement choisie

DISPOSITIF

Catalogue

Grand jeu





Celio x Star Wars

HISTOIRE

*Un partenariat de longue date entre les deux marques.
Celio joue parfaitement sur les codes de l'humour et du côté
« bad boy » en lien avec son positionnement.
Des opérations ludiques et décalées valorisant parfaitement
l'univers de la licence*

DISPOSITIF

Digital

Magasin

Média

Guérilla Marketing





Disney Princesses x La Halle

HISTOIRE

Attention ! Cela reste une bonne opération commerciale qui a permis d'apporter du CA Additionnel.

Une opération certes ROIste mais ne permettant pas de nourrir les valeurs de l'enseigne et de valoriser les contenus.

1 lien produit faible (uniquement sur Cendrillon)

Une OP très ciblée filles

DISPOSITIF

Kit PLV magasin

Communication digitale et réseaux sociaux

CRM

Des 30€ d'achat dans les rayons enfant et bébé
1 DVD **Disney** pour 3€50*

Du 11/03 au 31/03/2015 Du 22/04 au 12/05/2015 Du 01/04 au 21/04/2015 Du 13/05 au 02/06/2015 Du 03/06 au 23/06/2015

Offre valable du 11 mars au 23 juin. Dès 30€ d'achat dans les rayons enfant et bébé, DVD Disney Cendrillon pour 3€50. Dans la limite des stocks disponibles. Visuel non contractuel.

© 2015 DISNEY



Astérix x U

HISTOIRE

Super U organise un concours photos, en partenariat avec « Mon livre photo Cewe » à l'occasion de la sortie du nouvel album des aventures d'Astérix

Une opération qui colle avec l'actualité des Editions Albert René mais qui n'a pas de lien avec ce que l'enseigne souhaite véhiculer

DISPOSITIF

Kit PLV magasin

Communication digitale et réseaux sociaux

CRM



10. Et pour aller plus loin ? Pensez ventes additionnelles !

Le célèbre achat impulsif à la caisse !

Pour finaliser votre belle opération, quoi de mieux que de proposer une petite TG avec d'autres produits non vendus habituellement en magasin ?

Une opération de NOEL avec Disney ? Quid d'une TG avec de beaux livres ? Des peluches ?

Une opération RDC avec Harry Potter ? Quid d'une offre LEGO ? Des Funko POP ?

Une opération Départ en vacances avec les Minions ? Quid d'une offre serviette de plage, jeux de plage ?

Les possibilités sont infinies...

A votre imagination !

A votre âme d'enfant !



Elisa OUVRARD

06.42.08.34.01

<https://www.linkedin.com/in/elisa-ouvrard-8a075b12/>