



Histoires de clients

Une campagne à la loupe

CONTEXTE

Secteur : GRANDE SURFACE ALIMENTAIRE



E.Leclerc Templeuve

Ce franchisé LECLERC est spécialisée dans le secteur d'activité des hypermarchés.

ENJEUX & OBJECTIFS

COMMENT ATTIRER DE NOUVEAUX CLIENTS AU MOMENT DES FÊTES DE FIN D'ANNÉE ?

- Comment générer du trafic en magasin sur une période longue ?
- Comment se démarquer de la concurrence avec **une communication originale et attractive** ?

DISPOSITIF DE COMMUNICATION

CALENDRIER ÉVÈNEMENTIEL

Distribué dans les boîtes aux lettres des foyers autour du magasin, ce Calendrier de l'Avent porteur de 24 cases met en avant des promotions sur de nombreux produits et rayons : -30% sur la volaille, -50% sur la déco de Noël, - 20% sur le rayon boulangerie, -30% sur le rayon maquillage et les coffrets parfum, - 30% sur le foie gras...15€ par tranche de 75€ sur le rayon « culture »...



LECLER TEMPLEUVE a bénéficié de l'exclusivité pour son opération (c'est le seul annonceur « Calendrier » sur la zone en cette période). La prise en charge par MEDIAPOST est complète: création, impression et distribution.

Facteurs clés de succès

Effet « Wahou » du client compte tenu de la qualité du document.

Durée de l'opération : 24 jours du 1^{er} au 24 décembre 2020

BILAN DE CAMPAGNE

34 347

Calendriers de l'Avent imprimés et distribués en boîtes aux lettres

- Augmentation sensible du trafic
- Augmentation du CA sur les rayons avec promotions, particulièrement pour les rayons vins et champagnes dont les ventes ont « explosé ».

TÉMOIGNAGE

« On a apprécié ce moyen car c'était une nouvelle manière de communiquer pour nous, et très ludique. »

Gwenaëlle LAFRANCE - Directrice marketing



Histoires de clients

Une campagne à la loupe

La campagne en photos

