

Étude de cas – Jeu « code gagnant » & Prime Différée

OBJECTIFS

- Encourager les achats répétés
- Renforcer la notoriété de la marque sur un plan européen
- Stimuler les ventes

MÉCANIQUE

France: Le consommateur achète un produit porteur de l'offre. Il saisit le code unique promotionnel on-pack ainsi que ses coordonnées personnelles sur l'interface promotionnel et voit immédiatement ce qu'il a gagné.

Reste de l'Europe: Le consommateur achète un/deux* produits porteurs de l'offre, il saisit le code unique promotionnel on-pack et ses coordonnées personnelles sur l'interface promotionnel pour recevoir sa prime. (*selon le pays)

PRODUITS PORTEURS

Les bouteilles de Powerade de 0,5l

QUELS ÉTAIENT LES RISQUES ?

- Gestion des stocks
- La valeur perçue des primes
- Réaction des consommateurs était inconnu

LE RÔLE DE MANDO

- Gestion promotionnelle
- Couverture financière des bouteilles sport + gourdes personnalisables
- Estimation des taux de remontées par pays utilisant sa BDD d'autres promotions paneuropéennes



LOTS Á GAGNER (FR)

- **Palier 1** : Bouteille sport avec une gourde personnalisable
- **Palier 2** : Gourde personnalisable
- **Palier 3** : lot numérique

PRIME (reste de l'Europe)

Bouteille sport avec une gourde personnalisable

PAYS PARTICIPANTS

Autriche, la Suisse, Danemark, Finlande, France, Grande Bretagne, Norvège, Pologne et Suède.

COMMUNICATION

Grande Bretagne : On-pack & PLV - Placements secondaires, Internet

Reste de l'Europe : On-pack

