

# Étude de cas – Jeu « code gagnant »

## OBJECTIFS

- Déclencher l'achat
- Augmenter la notoriété de la marque

## MÉCANIQUE

Le consommateur achète un produit porteur de la promotion avec un code unique et le saisit sur l'interface promotionnelle. Si le consommateur a saisi un code gagnant, il sera notifié sur le site web promotionnel ce qu'il a gagné et sera demandé à renvoyer l'emballage portant du code gagnant au centre de gestion afin que sa demande soit vérifiée.

## PRODUITS PORTEURS

Les fromages de Président

## COMMUNICATION

On-pack sticker

## QUELS ÉTAIENT LES RISQUES ?

- Chaque code est gagnant
- Bonne liaison entre les lots et la communication
- Taux de participation inconnu

## LOTS Á GAGNER

- **Palier 1** : 50 x Voyages à Paris, chacun d'une valeur de 1 900 €
- **Palier 2** : 200 x casseroles de 'Le Creuset', chacune d'une valeur de 100 €
- **Palier 3** : 1 500 x bon d'achat alimentaire, chacun d'une valeur de 60 €
- **Palier 4** : 30 000 x e-coupons Président, chacun d'une valeur de 0,60 €
- **Palier 5** : illimité x cartes de St-Valentin électroniques



## LE RÔLE DE MANDO

- Couverture financière de tous les lots gagnés
- Répartition des codes gagnantes
- Programmation d'un service web pour vérifier chaque code saisi

