

Banque d'images des mécanismes promotionnels

PROMORAMA

- Plus de 24 000 visuels
- 20 familles de techniques, une revue de presse
- 1 250 dossiers : mécanismes, supports, enseignes, dotations, caractéristiques
- Des définitions détaillées et une nomenclature exclusive

Etude réalisée par Philippe Ingold,
Fondateur de PROMORESEARCH (conseil, formation,
conférences sur la promotion des ventes).
Créateur et animateur du site web expert
www.cles-promocom

Copyright PROMORESEARCH – 1^{er} avril 2019



Vos objectifs :

- ▶ Développer les compétences promotion et la créativité de vos équipes
- ▶ Utiliser une nomenclature structurante.
- ▶ Gagner un temps appréciable dans vos recherches d'exemples.
- ▶ Visualiser toutes les exploitations possibles des techniques, structurées par mécanismes, combinaisons articles, supports, avantages, dotations, enseignes, etc.
- ▶ Découvrir des mécanismes encore peu utilisés et concevoir ainsi des opérations originales et différenciantes.
- ▶ Développer des créations attractives et pertinentes en vous inspirant des nombreux exemples de la banque d'images.
- ▶ Valider l'existence et la faisabilité de mécanismes originaux et justifier vos recommandations auprès de vos directions, juristes, partenaires, clients, etc.

Une vision complète des techniques et mécanismes promotionnels en 20 grands dossiers

Réduction de prix

Baisse immédiate du prix consommateur de l'article.



Offre prix pack

Avantage économique communiqué sur le packaging du produit par la marque



Lot (physique)

Vente groupée de deux ou plusieurs articles dans un sur-conditionnement commun.



Vente liée

Offre de vente conjointe de deux ou plusieurs articles à un prix exceptionnel.



Bon d'achat

Titre délivré par un distributeur et donnant droit à une réduction en caisse sur l'ensemble du magasin, parfois sur une catégorie.



Bon d'achat cagnotte

Remises différées obtenues sur l'achat d'articles porteurs et se cumulant sur une carte d'enseigne de type "cagnotte" (ou « euros »).



Points de fidélité

Points à cumuler, obtenus en fonction des achats réalisés par les porteurs de cartes et transformables en cadeaux ou en bons d'achat.



Bon de réduction

Titre donnant droit à une réduction en caisse sur un ou plusieurs articles déterminés et dont le montant est remboursé au distributeur par un centre de gestion.



Offre remboursement

Remboursement total ou partiel d'un ou plusieurs articles sur la base de preuves d'achat, sur demande du shopper habituellement auprès d'un centre de gestion.



Techniques d'essai

Techniques permettant de faire essayer le produit sans débours financier.



Prime (directe ou différée)

Objet (ou prestation de services) offert en contrepartie d'un achat et différent de l'article porteur



Prime autopayante

Possibilité donnée à l'acheteur d'un produit d'acheter un autre article à un prix réduit ou symbolique et faisant fonction de prime.



Cadeau

Objet offert sans contrepartie d'achat



Séries événementielles

Diverses offres jouant sur le produit ou son conditionnement et proposées en quantités limitées à l'occasion de grands événements ou fêtes calendaires



Jeu et concours marque

Opération fondée sur un mode de participation ludique et une espérance de gains importants. Organisée par une marque.



Jeu et concours enseigne

Opération fondée sur un mode de participation ludique et une espérance de gains importants. Organisée par une enseigne.



Jeu et concours trade

Opération fondée sur un mode de participation ludique et une espérance de gains importants. Organisée par une marque dans une enseigne définie.



Opérations solidaires

Vente d'un article sur lequel au moins une partie du produit de la vente est reversée à un organisme d'intérêt général.



Opérations relationnelles

Offres diverses visant à créer ou entretenir une relation avec les consommateurs.



Opérations événementielles

Création ou exploitation d'événements visant à générer une expérience forte de la marque.



Les sources d'information

- Les prospectus et supports d'enseignes
- Les matériels promotionnels : flyers, PLV, affichettes
- Les observations « in-situ » en magasin
- Les sites internet ou pages réseaux sociaux de marques, d'enseignes ou de prestataires de services
- La presse spécialisée (print et e-newsletter),



Nombre de visuels scannés (2018)

Réductions de prix	975	Primes (directes et différées)	2 431
Produit en plus	313	Primes autopayantes	744
Lots	777	Cadeaux	205
Ventes liées	1 547	Séries événementielles	1 122
Bons d'achat	666	Jeux et concours marques	2 941
Bons d'achat cagnotte	853	Jeux et concours enseignes	1 337
Points de fidélité	387	Jeux et concours trade	2 122
Bons de réduction	1 020	Opérations solidaires	553
Offres remboursement	1 282	Opérations relationnelles	732
Techniques d'essai	563	Opérations événementielles	593

Des dossiers transversaux

Des informations générales sur la promotion (extraits presse spécialisée)

516 fichiers



Des modes de communication de la promotion

1 320 fichiers



Bon de commande ETUDE PROMORAMA

VERSION PC VERSION MAC

Société :

Adresse :

CP/Ville :

Prénom/Nom :

Fonction :

E-mail :

Date :

Signature de l'acheteur et cachet de l'entreprise

Prix Etude PROMORAMA : 2 000 € HT
(TVA non applicable, art. 293 B du CGI)

Paiement comptant à réception de facture

Règlement à effectuer par chèque à l'ordre de PROMORAMA ou par virement, en précisant le numéro de facture.

Domiciliation : CREDIT MUTUEL
Code banque : 15519
Code guichet : 39037
Numéro de compte : 00020741301
Clé RIB 71

Demande de RIB PROMORAMA

A adresser à : PROMORAMA 15 rue de Curzay - 95880 Enghien les Bains

Informations : Véronique Ingold - Tél. : 01 34 12 32 61 – Mob. : 06 67 63 09 35

E-mail : vingold@promorama.org

Conditions de vente

A réception du règlement, PromoRama adressera au client par courrier postal recommandé avec accusé de réception une clé USB contenant le diaporama et la base de données (fichiers ppsx, JPG et pdf).

PROMORAMA est une étude commercialisée par l'entreprise éponyme PROMORAMA.

PromoResearch est seul titulaire des droits de propriété intellectuelle attachés aux études PromoRama. Conformément aux lois en vigueur, il est interdit à l'acheteur ainsi qu'aux utilisateurs autorisés, sous peine de poursuites, de reproduire en totalité ou en partie l'étude achetée, en dehors des cas de copie privée. Il est également interdit à l'acheteur et aux utilisateurs autorisés de transmettre à des tiers des informations permettant la reproduction partielle ou totale de cette étude.

Protection des données nominatives : Les informations recueillies dans le cadre du présent bon de commande font l'objet d'un traitement informatique par PromoRama, destiné à effectuer les opérations relatives à la gestion de ses clients et prospects. Conformément à la loi « Informatique et Libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux informations qui vous concernent, que vous pouvez exercer par courrier à PromoResearch, 15 rue de Curzay 95880 Enghien-les-Bains, ou par e-mail à pingold@promoresearch.fr, ou par téléphone au 01 34 12 32 61

