

DEFINITIONS TECHNIQUES PROMOTIONNELLES

Techniques de nature marchande

Réduction de prix	Baisse immédiate du prix consommateur de l'article
Produit en plus	Quantité de produit supplémentaire obtenue à l'occasion de l'achat d'un article
Lot	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 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 »)

Techniques de nature stratégique

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 habituellement remboursé au distributeur par un centre de gestion.
Offre de remboursement	Remboursement total ou partiel d'un ou plusieurs articles sur la base de preuves achat, sur demande du consommateur habituellement auprès d'un centre de gestion.
Techniques essai	Techniques permettant de faire essayer le produit sans débours financier

Techniques de nature relationnelle

Prime	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
Série événementielle	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	Opération fondée sur un mode de participation ludique et une espérance de gains importants
Opération solidaire	Opération de nature participative et visant à soutenir un organisme d'intérêt général
Opération relationnelle	Offres diverses visant à créer ou entretenir une relation avec les consommateurs
Opération événementielle	Création ou exploitation d'événements visant à générer une expérience forte de la marque