

Journée Promo IFLS 2010

Les enjeux de la dématérialisation



REPERE-PROSPECTUS

3.0 DIGITAL
MARKETING

© HighCo 3.0 – 10/2010

En Préambule

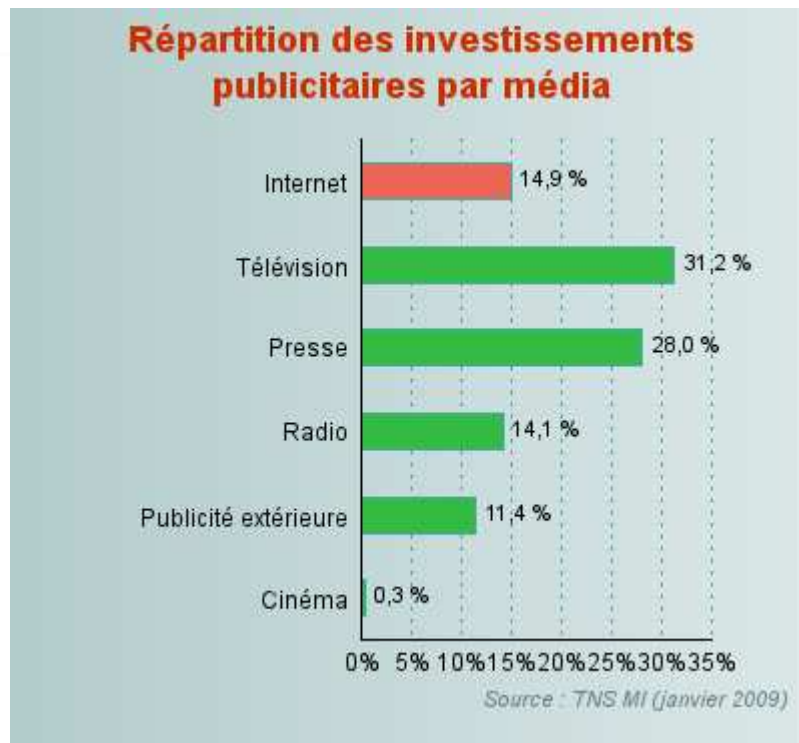
- En GSA, 88% des communications de MD aux porteurs de carte se fait par email
- Le nombre de Webcoupons utilisés en points de vente a été multiplié par 5 entre 2008 et 2010.
- Le nombre de Webcoupons issus des programmes CRM dépassera le MD papier dès 2010.
- Les Webcoupons ne pèsent que 3% des coupons utilisés en France, mais près d'un quart des coupons outstore



REPERE-PROSPECTUS

3.0 DIGITAL
MARKETING

Investissements Web



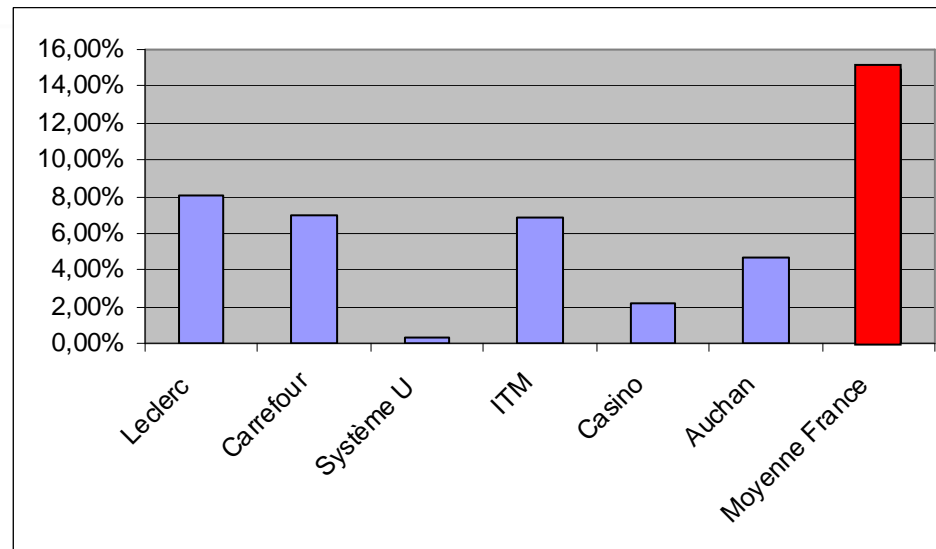
Les investissements publicitaires sur Internet secteur par secteur

Secteur	Janvier 2008 (M€ bruts)	Janvier 2009 (M€ bruts)	Evolution (en %)
Total	212,0	236,1	11,3 %
Services	17,2	34,3	99,1 %
Banque-Assurance	30,1	29,6	- 1,5 %
Voyage-Tourisme	25,5	23,0	- 9,6 %
Télécommunications	17,2	22,8	32,2 %
Publicités diverses	16,4	21,8	33,1 %
Culture et loisirs	14,2	21,1	48,8 %
Distribution	25,9	19,8	- 23,4 %
Automobile, transport	12,9	19,3	49,6 %
Information, media	7,9	10,0	26,8 %
Alimentation	5,9	8,1	37,9 %
Informatique, bureautique	10,7	6,7	- 36,8 %
Hygiène beauté	9,4	5,3	- 43,9 %
Edition	6,5	4,6	- 28,6 %
Habillement, accessoires, textile	1,5	1,7	10,8 %
Santé	1,8	1,2	- 33,2 %
Immobilier	1,8	1,2	- 35,2 %
Enseignement, formation	1,3	0,8	- 37,4 %
Industrie	0,2	0,8	223,9 %
Organismes humanitaires	0,1	0,7	419,2 %
Corporate	0,9	0,7	- 24,7 %
Appareils ménagers	0,7	0,7	0,9 %
Entretien	0,3	0,6	91,6 %

Source TNS, 2009

Investissements Web

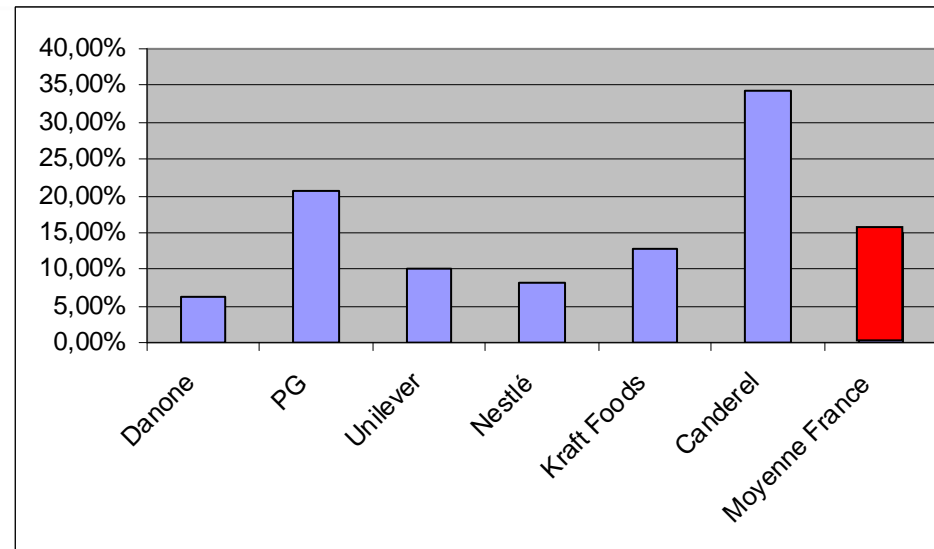
Investissement publicitaire Internet en 2009 (DOC Marketing)



L'ensemble des acteurs du retail sous-pondèrent le Web dans leurs plans media

Investissements Web PGC

Investissement publicitaire Internet en 2009 (DOC Marketing)



Les investissements des fabricants PGC sont hétérogènes, mais en développement

Pour rappel...



L'influence du Web

Indice d'influence sur la décision d'achat (IDA) pour la catégorie grande consommation					
Supports	Yaourt	Alimentation bébé	Shampooing	Maquillage	Soins pour la peau
Total Internet	18	18	17	22	20
Sites de marques / e-pub	5	6	5	8	6
Comparateurs de prix	4	3	4	4	4
Web 2.0	4	5	4	5	5
Portails	4	4	4	5	5
Total TV	26	26	27	26	22
Programmes TV	8	8	8	8	8
Publicité	18	18	19	18	14
Total presse	11	15	10	8	13
Articles	5	7	4	4	7
Publicité	6	8	6	4	6
Total Radio	19	18	20	20	21
Programmes	9	9	10	10	12
Publicité	10	9	10	10	9
Affiches publicitaires	10	7	9	8	8
Promotions en magasin	16	16	17	16	16

Source : Ifop / Nurun

- Le media Internet n'est que le 3^{ème} influenceur de l'achat
- Toutefois, c'est le media qui a la meilleure transformation des exposés

(source Ifop 2009)

Exemples de CRM PGC



Exemples de Trade digital

- _ Auchan : Relais de coupons imprimables sur le site
- _ Leclerc : Club email « Bébé » avec BR online
- _ Carrefour Market : Opé Trade géolocalisée Danone

Si cette page ne s'affiche pas correctement [cliquez ici](#) pour voir la version HTML.

**BIENVENUE DANS VOTRE NOUVEAU MAGASIN
CARREFOUR MARKET DU MANS!**



Chère Cliente, cher Client,
Votre magasin Champion change d'enseigne
et s'appelle désormais Carrefour Market.
Le meilleur de Champion et le meilleur de Carrefour
près de chez vous !

Pour fêter cet évènement !



**vous offrent 4,30€
de remises immédiates en caisse !**



A très bientôt dans votre magasin !
Donald OLIVO, Le directeur de votre magasin Carrefour Market
du Mans

Pour vous désinscrire [cliquez ici](#)

*Ex : Opération de recrutement
Carrefour Market (avril 2009)*

Les marques et les réseaux sociaux



REPERE-PROSULTURE

3.0 DIGITAL
MARKETING

© HighCo 3.0 – 10/2010

Panorama des médias sociaux

- **78% des personnes croient les recommandations des autres consommateurs (contre 14% pour les recommandations des marques)**
- **34% des posts sur les blogs concernent des marques ou des produits**
- **Parmi le Top 10 des pages de fan Facebook, 7 concernent une marque**
- **Le nouveau modèle de communication est le dialogue**



Exemples d'applications



Burger King



Starbucks



Coca Cola



H&M



Kraft Foods

Exemple PG e-Saver

P&G Everyday Solutions

P&G eSAVER™ Your Online source for P&G savings.

Member Log In Remember Me

E-mail

Password

[Register](#) [Forgot Password?](#) **LOG IN**

No More Clipping Coupons

Coupons Are Downloaded Right Onto Your Shopper Card

Sign Up Below and Select Your Coupons

Coupons are Added to Your Shopper Card

Scan Your Shopper Card, See Your Savings

Simple shopping starts here.

More Than \$80 in P&G Coupons Available
Now Through June 30

P&G Everyday Solutions™ members receive full access to P&GbrandSAMPLER® as well as other great benefits such as:

- Expert tips and advice for everyday life
- The latest P&G samples, sweepstakes & coupons
- Our free monthly e-mail newsletter [See a newsletter preview](#)

Not a member?
Register now — it's free!

SIGN UP TODAY!



REPAIRING YOUR BUSINESS

3.0 DIGITAL MARKETING

Raphaël Hodin
HighCo Shopper
Directeur Général
r.hodin@highco.fr
01 77 75 64 25



REPERE-PROSPECTUS

3.0 DIGITAL
MARKETING

© HighCo 3.0 – 10/2010