



Histoires de clients

Une campagne à la loupe

CONTEXTE

SECTEUR : Grande surface alimentaire



LECLERC RUFFEC

Ouverture d'un magasin Lidl à proximité en pleine période des fêtes de fin d'année

ENJEUX & OBJECTIFS

COMMENT CONTRER LA CONCURRENCE ?

Non seulement il ne faut pas perdre de client mais il faut également augmenter le trafic en magasin et augmenter le panier moyen.

DISPOSITIF DE COMMUNICATION



ANIMATION EN MAGASIN :

- 2 **bornes** en magasin pour faire jouer les consommateurs (bon d'achat à gagner) et collecter des données
- 2 **totems**
- **Kakémono**



PACK DIGITAL :

Achat d'espace publicitaire sur **Facebook**



CAMPAGNE D'IMPRIMÉS PUBLICITAIRES :

Relais du jeu sur des **flyers distribués en boîtes aux lettres**

Facteurs clés de succès

Facilité de mise en place
Service après vente
Qualité de l'accompagnement et du suivi

Durée de l'opération : 2 semaines

BILAN DE CAMPAGNE

21 000
exemplaires
distribués

+3300
contacts
collectés

47%

d'opt-in (accord du
destinataire de la
communication)

- Près de 95 000€ de chiffre d'affaires additionnel
- Retour sur investissement estimé à plus de 10 000€

ET APRÈS ?

Mise en place d'un autre dispositif d'animation et de collecte de données pour intensifier la relation de proximité avec les clients et possibilité d'abonnement



Histoires de clients

Une campagne à la loupe

La campagne en photos



Totem et bornes de jeux en magasin



Relai du jeu sur flyer