



# Histoires de clients

Une campagne à la loupe

## CONTEXTE

SECTEUR : GRANDE SURFACE ALIMENTAIRE

**SUPER U**

### SUPER U JOSSELIN

Ce franchisé **SYSTÈME U** existe depuis 38 ans et se trouve en Bretagne dans le département du Morbihan

## ENJEUX & OBJECTIFS

COMMENT ATTIRER DE NOUVEAUX CLIENTS AU MOMENT DES FÊTES DE FIN D'ANNÉE ?

- **Se démarquer de la concurrence et capter l'attention du consommateur** sur une période forte en sollicitations et intention d'achats.
- Accroître sa visibilité et sa notoriété en touchant un maximum de clients potentiels grâce à un **dispositif off et on line**.

## DISPOSITIF DE COMMUNICATION

### CALENDRIER ÉVÈNEMENTIEL

Distribué dans les boîtes aux lettres des foyers de la zone de chalandise du magasin, ce Calendrier de l'Avent porteur de 24 cases met en avant des promotions, des cadeaux et des animations.

**Super U JOSSELIN** a bénéficié de l'exclusivité pour son opération (c'est le seul annonceur « Calendrier » sur la zone en cette période). La prise en charge par MEDIAPOST est complète: création, impression et distribution.

### RELAIS DIGITAL SUR FACEBOOK

Envoi quotidien des offres commerciales du Calendrier de l'Avent via des posts publicitaires sur les utilisateurs Facebook de la zone de chalandise du magasin

### Facteurs clés de succès

La complémentarité des 2 supports (Calendrier à la fois physique et digital)

**Durée :** 30 jours du 1<sup>er</sup> au 24 décembre 2020

## BILAN DE CAMPAGNE

Plus de **12 000** Calendriers de l'Avent imprimés et distribués en boîtes aux lettres

Plus de **10 000** personnes ont vu au moins 1 fois l'offre sur Facebook

**3**

C'est la troisième année consécutive que le magasin anime la fin de l'année avec le Calendrier

- **Le relai digital permet de toucher les clients dont la boîte aux lettres n'est pas accessible (stop pub)**

## TÉMOIGNAGE

Le Calendrier de l'Avent est un beau document qui met en valeur le magasin car il est exclusif et permet de créer l'évènement chaque jour de décembre ! Cette année, c'est encore plus novateur parce qu'il est relayé sur Facebook.

Frédéric KARMANN - PDG

 **MEDIAPOST**

