

DÉKUPLE

BUT

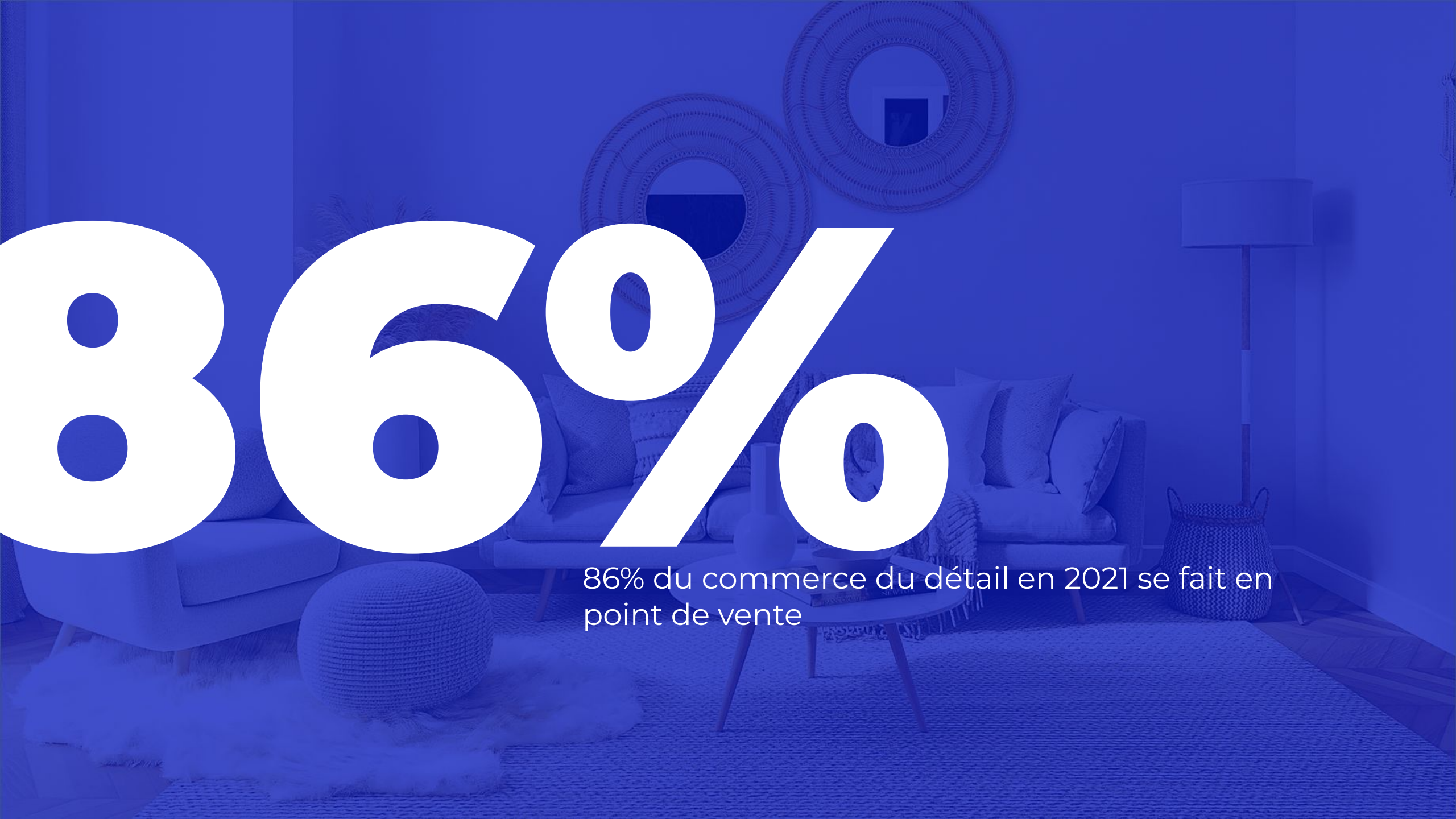
**Quelles solutions
pour générer du
trafic et le mesurer ?**

**WEBINAR
RETAIL**



AGENDA

01. Notre vision de la génération de trafic
02. L'expérience de BUT
03. Questions / réponses



86%

86% du commerce du détail en 2021 se fait en point de vente



OMNISCANALITÉ

Depuis la pandémie, le retail accélère sa transformation digitale
L'omniscanalité a été perçue comme un facteur clé de succès

✕ Les enjeux des retailers en 2022

1- S'ADAPTER AUX CONSOMMATEURS

Quels sont leurs comportements lors d'un achat ?

- Recherche en ligne avant d'aller en magasin
- Avis des magasins
- Etude des prix
- Attirait par le local , made in France, la seconde main

Quelles sont leurs attentes ?

- de l'omnicanalité
- des offres personnalisées
- des services en magasin, du connecté



✕ Les enjeux des retailers en 2022

2- S'ADAPTER AUX CONTEXTES ECONOMIQUE ET ECOLOGIQUE

Dans un contexte de transformation digitale règnent des enjeux RSE :

- Digitalisation des catalogues
- Arrivée du OUI PUB

Un contexte économique qui accélère les la digitalisation :

- Hausse des coûts de l'énergie
- Hausse du coût du papier + pénurie





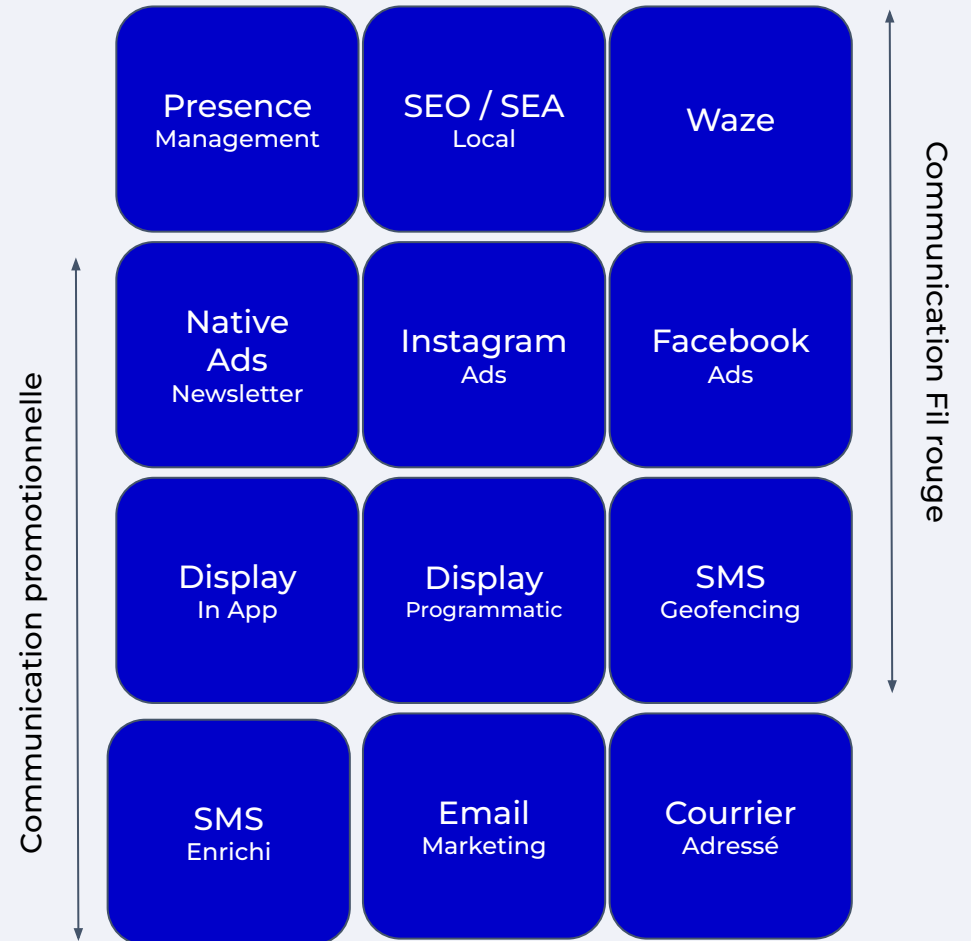
Comment générer du trafic et le mesurer dans un contexte de digitalisation?



X Notre vision de la génération de trafic

Adaptez vos leviers à vos objectifs et à votre typologie de magasins

- Mettez en place une **communication fil rouge permanente**.
- **Pour vos promotions, activez des leviers push**, plus efficaces, mais dont certains ne peuvent pas être activés en permanence.
- **Tous vos magasins ne sont pas équivalents.**



X La mesure des performances

Track in the Shop = solution RGPD compliant de mesure multi-touchpoints



Exemples de KPIs :

- taux de visite
- CPV global
- CPV par magasin
- CPV par cluster

✕ Le contexte de la transformation digitale de BUT ?

BUT **50 ANSBUT** **Destockage**
Juste **-50%** sur une sélection de produits*

SEULEMENT 1300 !
PIÈCES DISPONIBLES

DESTOCKAGE -50%
1569€
799€
dont 33€ d'éco-participation
Canapé d'angle U réversible Sonia

Le show final de L'ANNI VERSAIRE continue!

DESTOCKAGE -50%
139€
69€
dont 0€10 d'éco-participation
Lampadaire haut-parleur H. 118 cm Tabatha

SEULEMENT 1000 !
PIÈCES DISPONIBLES

Angle réversible

Belles ombres

SEULEMENT 1494 !
PIÈCES DISPONIBLES

DESTOCKAGE -50%
199€
99€
dont 1€80 d'éco-participation
Table basse bicolore Octavio

Voir descriptif des produits en page 24.
* Voir produits concernés et leurs réductions en magasin et sur but.fr. ** Spectacle.

DU 13 SEPTEMBRE AU 03 OCTOBRE 2022

but.fr

- Interactivité
- Approche RSE
- Préparation au OUI PUB

✕ La démarche de BUT ?

Mise en place d'un A/B test pour mesurer l'impact
du Digital versus le Dépliant
> stratégie MMM



✕ L'approche Test & Learn Mix media et les conclusions ?

2 Vagues de tests :

01

Mono levier :

Le digital a eu un **impact positif ou neutre** sur les visites et les dépenses en magasins en fonction des dispositifs

02

Multi leviers :

Le digital a eu un **impact positif ou neutre** sur les visites et les dépenses en magasins en fonction des dispositifs

- **Le Marketing Mix Media a eu un impact positif ou neutre**
- **BUT acte une réduction du volume de dépliant distribué**
- **Le SMS obtient le meilleur ROI**

✕ Les résultats des campagnes SMS BUT

Plus de 2 millions de SMS

sur les zones de chalandise des 315 magasins, pour des campagnes
Soldes, Rentrée, Anniversaire

Le Coût Par Visite
Incrémentale (CPIV)
a atteint 5,78€



Taux de clics > 16%

BUT a pu mesurer la **valeur du client à 12 mois** par rapport au taux de répétition, et **obtenir un très bon ROI**



Les prochaines actions de BUT ?





Questions / réponses

X En synthèse

- Connaître ses clients et leurs attentes
- Tester et adopter une stratégie mix media adaptée à son réseau et à son secteur (offre commerciale, profil du magasin, zone OUI PUB)
- Effectuer un bon ciblage
- Mesurer les performances de chaque levier (CPV, Taux de visite...)





 DÉKUPLE

The logo for DÉKUPLE, featuring a stylized white symbol on the left and the word "DÉKUPLE" in a white, uppercase, sans-serif font to its right.

Merci !

The word "Merci !" in a large, bold, white, sans-serif font, centered on the right side of the slide.