

**DÉKUPLE**

**BUT**

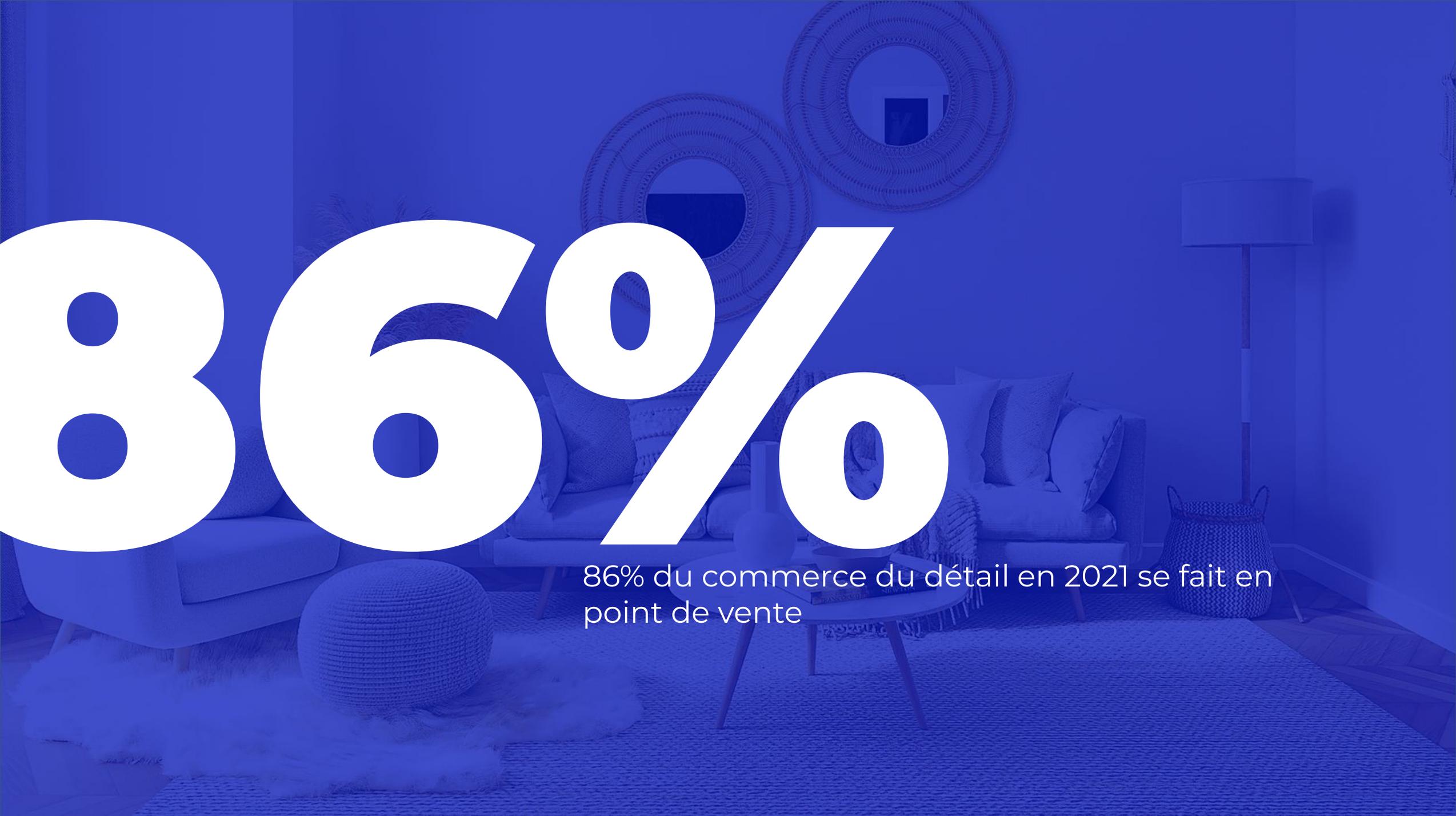
**Quelles solutions  
pour générer du  
trafic et le mesurer ?**

**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'omniscanalté 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





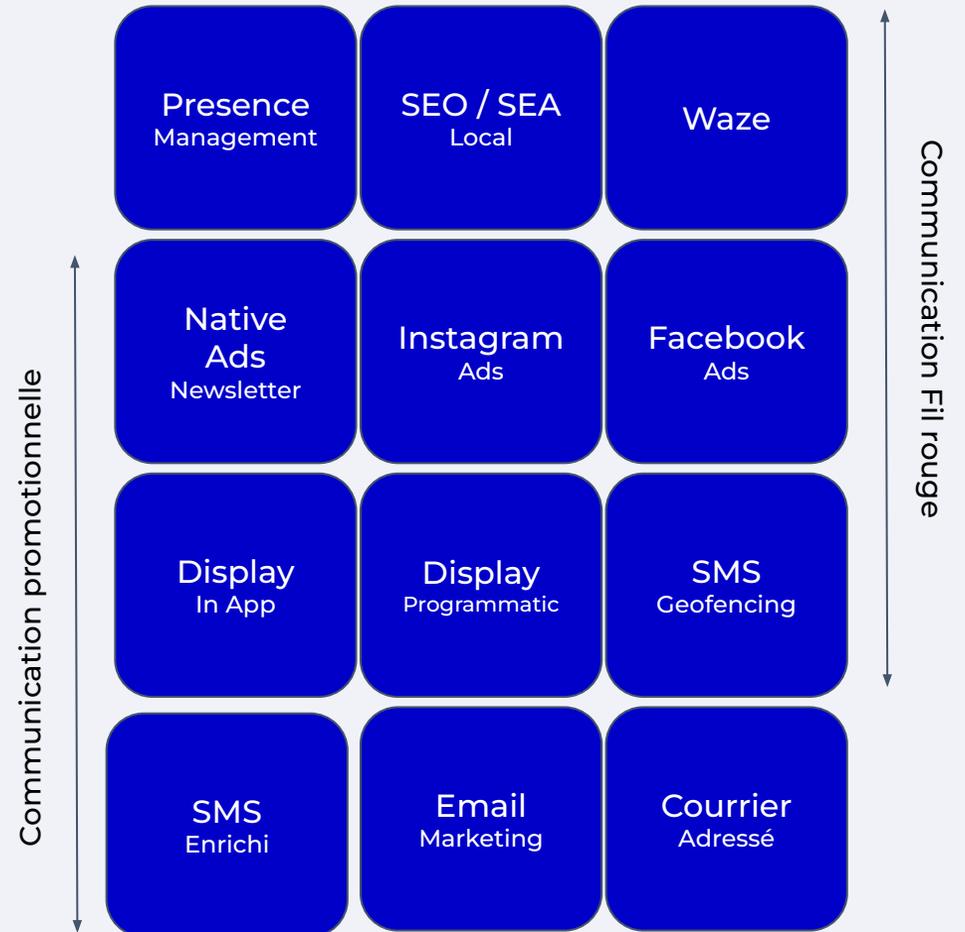
Comment générer du trafic et le mesurer dans un contexte de digitalisation?



# ✕ 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.

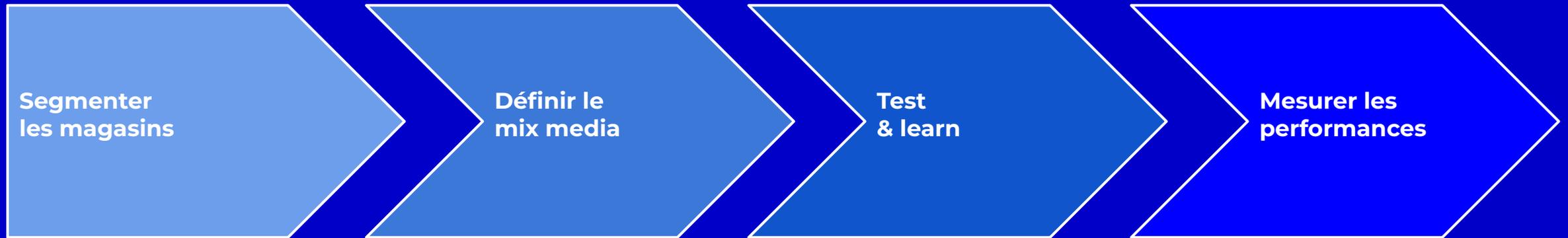
**DU 13 SEPTEMBRE AU 03 OCTOBRE 2022**

**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 'X' symbol followed by the word 'DÉKUPLE' in a white, uppercase, sans-serif font.

**Merci !**

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