

La banque d'images des
mécanismes promotionnels

PROMORAMA

- Plus de 27 000 visuels d'actions promotionnelles
- Une nomenclature exclusive permettant des recherches pertinentes et efficaces
- 20 techniques détaillées selon leurs mécanismes, supports de communication, enseignes, dotations, caractéristiques ...

Etude réalisée par Philippe Ingold,
fondateur de PROMORESEARCH, conseil,
formation, veille, conférences sur la
promotion des ventes, créateur du site web
« les clés de la promotion ».

Copyright : PROMORESEARCH



OFFRE DE BOUCLAGE

~~2 000 € HT~~

250 € HT

Vos objectifs :

- ▶ Développer les compétences promotion et la créativité de vos équipes
- ▶ Gagner un temps appréciable dans vos recherches d'exemples.
- ▶ Visualiser toutes les exploitations possibles des techniques, structurées par mécanismes, combinaisons articles, supports, avantages, dotations, enseignes, etc.
- ▶ Découvrir des mécanismes encore peu utilisés et concevoir ainsi des opérations originales et différenciantes.
- ▶ Développer des créations attractives et pertinentes en vous inspirant des nombreux exemples de la banque d'images.
- ▶ Valider l'existence et la faisabilité de mécanismes originaux et justifier vos recommandations auprès de vos directions, juristes, partenaires, clients,

Une vision complète des techniques et mécanismes promotionnels en 20 grands dossiers

Réduction de prix

Baisse immédiate du prix consommateur de l'article (par l'enseigne)



Offre prix pack

Avantage économique communiqué sur le packaging du produit par la marque



Lot (physique)

Vente groupée de deux ou plusieurs articles dans un sur-conditionnement commun.



Vente liée

Offre de vente conjointe de deux ou plusieurs articles à un prix exceptionnel.



Bon d'achat

Titre délivré par un distributeur et donnant droit à une réduction en caisse sur l'ensemble du magasin, parfois sur une catégorie.



Bon d'achat cagnotte

Remises différées obtenues sur l'achat d'articles porteurs et se cumulant sur une carte d'enseigne de type "cagnotte" (ou « euros »).



Points de fidélité

Points à cumuler, obtenus en fonction des achats réalisés par les porteurs de cartes et transformables en cadeaux ou en bons d'achat.



Bon de réduction

Titre donnant droit à une réduction en caisse sur un ou plusieurs articles déterminés et dont le montant est remboursé au distributeur par un centre de gestion.



Offre remboursement

Remboursement total ou partiel d'un ou plusieurs articles sur la base de preuves d'achat, sur demande du shopper habituellement auprès d'un centre de gestion.



Techniques d'essai

Techniques permettant de faire essayer le produit sans débours financier.



Prime (directe ou différée)

Objet (ou prestation de services) offert en contrepartie d'un achat et différent de l'article porteur



Prime autopayante

Possibilité donnée à l'acheteur d'un produit d'acheter un autre article à un prix réduit ou symbolique et faisant fonction de prime.



Cadeau

Objet offert sans contrepartie d'achat



Séries événementielles

Diverses offres jouant sur le produit ou son conditionnement et proposées en quantités limitées à l'occasion de grands événements ou fêtes calendaires



Jeu et concours marque

Opération fondée sur un mode de participation ludique et une espérance de gains importants. Organisée par une marque.



Jeu et concours enseigne

Opération fondée sur un mode de participation ludique et une espérance de gains importants. Organisée par une enseigne.



Jeu et concours trade

Opération fondée sur un mode de participation ludique et une espérance de gains importants. Organisée par une marque dans une enseigne définie.



Opérations solidaires

Vente d'un article sur lequel au moins une partie du produit de la vente est reversée à un organisme d'intérêt général.



Opérations relationnelles

Offres diverses visant à créer ou entretenir une relation avec les consommateurs.



Opérations événementielles

Création ou exploitation d'événements visant à générer une expérience forte de la marque.



Les sources d'information

- Les prospectus et supports d'enseignes
- Les matériels promotionnels : flyers, PLV, affichettes
- Les observations « in-situ » en magasin
- Les sites internet ou pages réseaux sociaux de marques, d'enseignes ou de prestataires de services
- La presse spécialisée (print et e-newsletter),



Nombre de visuels scannés

Réductions de prix	1 271	Primes (directes et différées)	2 693
Offre prix pack	526	Primes autopayantes	631
Lots	857	Cadeaux	224
Ventes liées	1 802	Séries événementielles	1 200
Bons d'achat	893	Jeux et concours marques	3 198
Bons d'achat cagnotte	1042	Jeux et concours enseignes	1 605
Points de fidélité	410	Jeux et concours trade	2 396
Bons de réduction	1 201	Opérations solidaires	647
Offres remboursement	1 448	Opérations relationnelles	852
Techniques d'essai	626	Opérations événementielles	632

Des dossiers transversaux

Une revue de la presse spécialisée

616 fichiers



Des modes de communication de la promotion

1 550 fichiers



Bon de commande ETUDE PROMORAMA

VERSION PC VERSION MAC

Société :

Adresse :

CP/Ville :

Prénom/Nom :

Fonction :

E-mail :

Date :

Signature de l'acheteur et cachet de l'entreprise

OFFRE SPECIALE

**2 000 € HT / 250 € HT
300 € TTC**

Paiement comptant à réception de facture

Règlement à effectuer par chèque à l'ordre de PROMORESEARCH ou par virement, en précisant le numéro de facture.

Domiciliation :
BOURSORAMA
Code banque : 40618
Code guichet : 80359
N° compte : 00040194042
Clé RIB 57

Demande de RIB

A adresser à : PROMORESEARCH 15 rue de Curzay - 95880 Enghien les Bains

Informations : 06 67 63 09 35

E-mail : pingold@promoresearch.fr

Conditions de vente

A réception du règlement, PromoResearch adressera au client par courrier postal recommandé avec accusé de réception une clé USB contenant le diaporama et la base de données (fichiers ppsx, JPG et pdf).

PROMORAMA est une étude commercialisée par **PROMORESEARCH**

PromoResearch est seul titulaire des droits de propriété intellectuelle attachés aux études PromoRama. Conformément aux lois en vigueur, il est interdit à l'acheteur ainsi qu'aux utilisateurs autorisés, sous peine de poursuites, de reproduire en totalité ou en partie l'étude achetée, en dehors des cas de copie privée. Il est également interdit à l'acheteur et aux utilisateurs autorisés de transmettre à des tiers des informations permettant la reproduction partielle ou totale de cette étude.

Protection des données nominatives : Les informations recueillies dans le cadre du présent bon de commande font l'objet d'un traitement informatique par PromoResearch, destiné à effectuer les opérations relatives à la gestion de ses clients et prospects. Conformément à la loi « Informatique et Libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux informations qui vous concernent, que vous pouvez exercer par courrier à PromoResearch, 15 rue de Curzay 95880 Enghien-les-Bains, ou par e-mail à pingold@promoresearch.fr, ou par téléphone au 06 67 63 09 35