

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 SPECIALE

-30 %

~~2 000 € HT~~ / **1 400 € 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

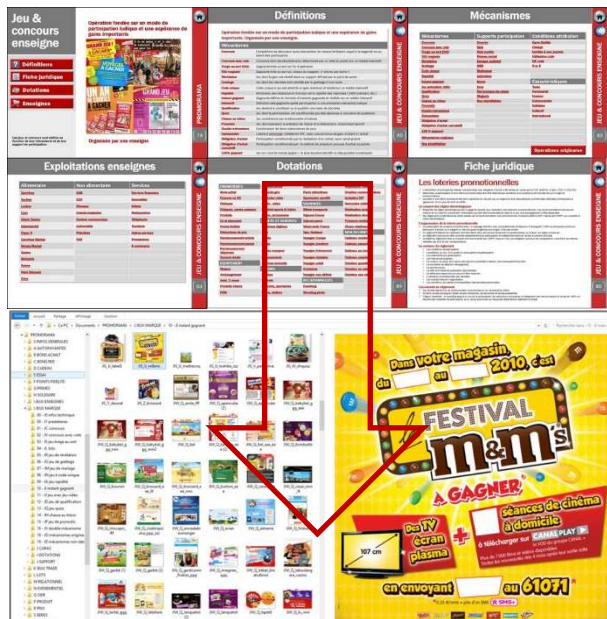
Création ou exploitation d'événements visant à générer une expérience forte de la marque.



Conception générale de PROMARAMA

Un diaporama powerpoint regroupant des informations clés (définitions, juridique) et des slides synthétiques intégrant des liens avec les dossiers du navigateur Windows.

Plus de 27 000 visuels classés en 1 250 dossiers et sous-dossiers, visibles dans le navigateur Windows : mécanismes, supports, avantages, combinaisons, dotations, enseignes.



Une nomenclature exclusive

- Conçue de façon pragmatique sur l'analyse et la codification de plus de 27 000 visuels
- S'appuyant sur des critères juridiques et de pratique commerciale et marketing
- 20 techniques de base, marchandes, stratégiques et relationnelles
- Une déclinaison par mécanismes, modes d'attribution, supports, combinaisons articles, dotations, enseignes, etc.
- Et fondée sur l'expérience opérationnelle de Philippe Ingold

NOMENCLATURE TECHNIQUES RELATIONNELLES

G - Les primes (déduction ou dédifférenciation) GO Infos technique GI Mécanisme GJ Mécanisme GK Mécanisme GL Mécanisme GM Mécanisme GN Mécanisme GO Mécanisme GP Mécanisme GQ Mécanisme GR Mécanisme GS Mécanisme GT Mécanisme GU Mécanisme GV Mécanisme GW Mécanisme GX Mécanisme GY Mécanisme GZ Mécanisme	A - Les primes (déduction ou dédifférenciation) AA Mécanisme AB Mécanisme AC Mécanisme AD Mécanisme AE Mécanisme AF Mécanisme AG Mécanisme AH Mécanisme AI Mécanisme AJ Mécanisme AK Mécanisme AL Mécanisme AM Mécanisme AN Mécanisme AO Mécanisme AP Mécanisme AQ Mécanisme AR Mécanisme AS Mécanisme AT Mécanisme AU Mécanisme AV Mécanisme AW Mécanisme AX Mécanisme AY Mécanisme AZ Mécanisme	D - Les cadeaux DA Mécanisme DB Mécanisme DC Mécanisme DD Mécanisme DE Mécanisme DF Mécanisme DG Mécanisme DH Mécanisme DI Mécanisme DJ Mécanisme DK Mécanisme DL Mécanisme DM Mécanisme DN Mécanisme DO Mécanisme DP Mécanisme DQ Mécanisme DR Mécanisme DS Mécanisme DT Mécanisme DU Mécanisme DV Mécanisme DW Mécanisme DX Mécanisme DY Mécanisme DZ Mécanisme	J - Les Jeux et concours JA Mécanisme JB Mécanisme JC Mécanisme JD Mécanisme JE Mécanisme JF Mécanisme JG Mécanisme JH Mécanisme JI Mécanisme JJ Mécanisme JK Mécanisme JL Mécanisme JM Mécanisme JN Mécanisme JO Mécanisme JP Mécanisme JQ Mécanisme JR Mécanisme JS Mécanisme JT Mécanisme JU Mécanisme JV Mécanisme JV Mécanisme JW Mécanisme JX Mécanisme JY Mécanisme JZ Mécanisme
--	--	--	---

Les slides de la diaporama

Page d'accueil de la technique avec liens vers les autres slides

Définitions de chaque mécanisme, support, avantage, combinaison ...

Page de liens avec les dossiers d'opérations selon les mécanismes

Mécanismes

Mécanismes	Supports participation	Conditions attribution
Concours	Quotient	Carte fidéité
Concours avec vote	Web	Cibande
Tirage au sort (TAS)	Web mobile	Limite à une journée
TAS magasin	Réseau social	Vitellisation code
Révélation	Kitoutan e-maillet	QR code
Gratuite	SMS	E to B
Code unique	Multimédia	
Rapides	Animation	
Instant gagnant	Bonne	Caractéristiques
Jeu animation vidéo	Line	Trade
Qualification	Électronique de caisse	Partenariat
Magasin	Non identifiable	Licence
Chasse au trésor	Non identifiable	Événementiel
Protonic		Solitaire
Double mécanisme		Collectif
Quiz		International
Obligation d'achat cumulatif		
100 % gagnant		
Mécanismes originaux		
Non identifiable		

Ici des liens avec les opérations classées par enseignes*

Exploitations enseignes

Alimentaire	Non alimentaire	Services
Carrefour	GSS	Services financiers
Ancher	GSS	Immobilier
Lecteur	Réseau	Hôtellerie
Carrefour	Grands magasins	Restauration
Carrefour Casino	Centres commerciaux	Transport
Intermarché	Automobile	Tourisme
Super U	Pétroliers	Autres services
Carrefour Market	VAD	Prescriptions
Stampy Market		E-commerce
Casino		
Monoprix		
Autres		
Hard Discount		
Other		

Une analyse des dotations* par grandes thématiques

Dotations

FINANCIERES	Produits bruts	Gastronomie	Réalisation création
Bons en BA	Produits frais	Panacs attractions	Dotation commerciale
Chèques	Concours vidéo	Spectacles sportifs	Invitation VIP
Objets	Prize, vidéo	VACANCES	Remarque célébrité
Chèques, cartes cadeaux	Mobilier, sports, loisirs	Billets d'entreprises	Réalisation projet
Objets	Prize, accessoires	Séjours France	Révélation offre
Objets et éléments	OBJETS ET SERVICES	Séjours Paris	Présentation profane
Points fidélité	Centres d'été, Week-ends France	Week-ends France	Divers relationnel
Réductions de prix	Jeux	Spa, thalasso	NOM DEFINIES
Remboursement article	Jeux	Voyages Europe	Cadeaux nombreux
Remboursement panier	Objets	Voyages aventure	Cadeaux panache
Services	Objets manques	Voyages événement	Cadeaux au choix
Services EQUIPE	Alimentaires	Voyages loisirs	Cadeaux surprise
Services EQUIPE	Services directs	Voyages soleil	Dotation quantité
Mécanismes	LOGISIS	Présentation	Dotation en valeur
Amusement	Cadeaux	Jeux sans affilés	Dotation non visible
Autre, 2 roues	Cadeaux	Jeux sans affilés	
Produits blancs	Concours, spectacles	Shopping	
PEM	Concours, ateliers	Coaching photo	

Fiche juridique* rédigée par notre juriste, Etienne Petit

Fiche juridique

Les loteries promotionnelles

Il s'agit d'une opération commerciale consistant à offrir un avantage à un client en échange de sa participation à une opération commerciale. Cette opération est soumise à la réglementation des loteries promotionnelles.

Le règlement de la loterie promotionnelle doit être rédigé par un juriste et doit contenir les éléments suivants :

- Le nom de la loterie promotionnelle.
- Le lieu de la loterie promotionnelle.
- Le mode de participation.
- Le montant de la mise et le nombre de tickets à acheter.
- Le mode de tirage et le lieu de tirage.
- Le mode de répartition des lots.
- Le mode de paiement des lots.
- Le mode de communication des résultats.
- Le mode de conservation des archives.
- Le mode de gestion des réclamations.

*slides réalisées pour les techniques le justifiant

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 2021

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 - 1 400 € HT
1 680 € 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 :
CREDIT DU NORD
Code banque : 30076
Code guichet : 02083
Numéro de compte : 192211200200
Clé RIB 10

Demande de RIB PROMORESEARCH

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

Informations : Philippe Ingold - Tél. : 01 34 12 32 61 - Mob. : 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 **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 01 34 12 32 61