

ANWR·GARANT

FRANCE



GUIDE MARKETING

2023

UN GUIDE MARKETING : POURQUOI ET COMMENT L'UTILISER ?

ANWR-GARANT FRANCE a à cœur de vous accompagner sur tous les aspects de l'exploitation de vos magasins.

2022 a été marqué par le développement de nouveaux services et outils dont ce guide marketing.

Version enrichie du guide adhérent et conçu comme une boîte à outils, ce nouveau guide vous permet de **planifier l'animation commerciale** annuelle ou saisonnière de vos magasins ou de **répondre à une problématique** très court terme : trafic, conquête, fidélisation, retour magasin, animation promotionnelle ou qualitative du point de vente, etc....

Vous y trouverez pour chaque problématique **des principes d'opérations, des mécaniques, des visuels et propositions de textes de communication liés**. Libre à vous de piocher parmi les nombreux outils proposés en fonction de vos objectifs :

- Communiquer dans votre magasin sur une gamme ou votre expertise ;
- Travailler et développer votre fichier client, votre audience sur les réseaux sociaux ;
- Animer une période clé ou un événement particulier comme les soldes ou un anniversaire.

Exclusif : Les visuels sont en téléchargement gratuit sur le site ANWR-GARANT.

Afin de vous faciliter l'accès à nos services, vous y trouverez aussi le détail des **contrats-cadres négociés** pour réduire vos coûts ou encore un **guide juridique**.

Cette boîte à outils va être encore enrichie en 2023 et nous comptons sur vos retours pour la compléter selon vos besoins.

L'équipe marketing est à votre écoute pour tout accompagnement ou demande de personnalisation.

Aurélie, Bénédicte, Judith, Ilona

SOMMAIRE

ANIMATION QUALITATIVE MAGASIN

AU FIL DES SAISONS

- nouvelle collection
- plv saisons ambiance magasin
- sur les temps forts calendaires

p.8
p.9
p.10 -12

AUTOUR DU PRODUIT

- mise en avant d'une sélection de produits
- mise en avant d'une sélection thématique

p.13
p.14-16

ANIMATION COMMERCIALE

OPÉRATIONS EXCEPTIONNELLES

- anniversaire magasin
- travaux magasin et réouverture
- destockage / liquidation

p.18
p.19
p.20-21

STOCK

- fin de série et prix ronds
- soldes/nouvelle démarque

p.22
p.23

TRAFFIC & DÉVELOPPEMENT DES VENTES

- offres rentrée des classes
- offres ventes groupées
- coupon come back
- les jours en folie !
- black friday
- ventes privées

p.24
p.25
p.26
p.27
p.28
p.29

RELATIONNEL CLIENT

FIDÉLISATION CLIENT ET PROGRAMME DE FIDÉLITÉ

p.32-33

ENQUÊTE DE SATISFACTION

p.34

ACTIONS MARKETING

p.35

ENRICHISSEMENT DE BASE DE DONNÉES

p.36

DES OUTILS

SERVICES NÉGOCIÉS

- le sms avec allmysms
- la distribution d'imprimés avec milee
- les titres cadeaux avec tirgroupé - titres cado - kadéos - cadhoc - shopping pass
- une plateforme musicale libre de droits avec jamendo
- l'assurance professionnelle avec generali

p.38
p.39
p.40
p.41
p.42

GRAPHISTE SERVICE STUDIO CRÉATION

- personnalisation graphique de vos communications

p.43

MATÉRIEL POINT DE VENTE

- carte cadeau
- le matériel disponible sur "ma boutique"
- la signalétique rayon

p.44-45
p.46
p.47

DES GUIDES

GUIDE DE COMMUNICATION MULTICANAL

- quel canal pour quelle communication ?
- optimiser vos campagnes de communication

p.50
p.51

GUIDE JURIDIQUE

- réductions de prix
- promotions & ventes réglementées
- RGPD

p.52-53
p.54-56
p.57

GUIDE DE CONNEXIONS

- se connecter à "ma boutique"
- téléchargements gratuits

p.58
p.59

ANNEXES : exemples de sms/enquête de satisfaction

p.60-63

NOUVEAU

PLANNING GÉNÉRAL DES ANIMATIONS COMMERCIALES

1^{ER} SEMESTRE



JANVIER

- VŒUX CLIENTS
- SOLDES
- NOUVELLE DÉMARQUE
- COUPON COME BACK

FÉVRIER

- FIN DE SÉRIES & PRIX RONDS
- NOUVELLE COLLECTION
- NOUVEAUTÉS

MARS

- PLV AMBIANCE SAISON
- COUP DE CŒUR N°1
- MADE IN FRANCE
- POUR ELLE

AVRIL

- BON PLAN
- OPÉRATION DESTOCKAGE

MAI

- REMISE SUR 2^{ÈME} PAIRE
- LES JOURS EN FOLIE

JUIN

- FÊTE DES MÈRES
- FÊTE DES PÈRES
- SANTÉ DU PIED
- VENTES PRIVÉES

2^{ÈME} SEMESTRE



JUILLET

- SOLDES
- NOUVELLE DÉMARQUE
- COUPON COME BACK

AOÛT

- FIN DE SÉRIES & PRIX RONDS
- NOUVELLE COLLECTION
- RENTRÉE DES CLASSES

SEPTEMBRE

- RENTRÉE DES CLASSES
- MADE IN FRANCE
- SELECTION VERTE
- NOUVEAUTÉS

OCTOBRE

- SELECTION VERTE
- PLV AMBIANCE SAISON
- COUP DE CŒUR
- REMISE SUR 2^{ÈME} PAIRE
- LES JOURS EN FOLIE !
- OPÉRATION DESTOCKAGE

NOVEMBRE

- BLACK FRIDAY
- SELECTION POUR LUI

DÉCEMBRE

- VENTES PRIVÉES
- PLV AMBIANCE FÊTE

Légendes

- ANIMATION QUALITATIVE MAGASIN
- ANIMATION COMMERCIALE
- RELATIONNEL CLIENT

ANIMATION QUALITATIVE MAGASIN

■ **AU FIL DES SAISONS**

■ **AUTOUR DU PRODUIT**

NOUVELLE COLLECTION

Signalez-la en magasin pendant les soldes.

PRINCIPE :

Mettre en avant dès vos premières livraisons, votre nouvelle collection, vos nouveautés.

OBJECTIF :

Profiter du flux des soldes pour susciter l'envie et déclencher l'achat COUP DE COEUR ♥ nouvelle collection en prix plein.

FORMATS & SUPPORTS :

- Affiche 38 x 38cm
- Cadre alu pour affiche
- Affichette 15 x 21cm
- Chevalet plexi pour affichette
- Sticker vitrine

EN STOCK

COMMUNICATION OUTILS

1
sms
voir annexe

“
Emailing
Campagne SMS
Réseaux sociaux
”

Cadre alu



Sticker vitrine 110 x 34 cm



Sticker vitrine 100 x 37 cm



Affiche Printemps/Été



Raclette de pose



Plexi



NOUVEAU



↓ FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | A5 | [f](#) | [i](#) | [s](#) sur : www.anwr-garant.fr/actualites/boite à outils marketing/ mdp:anwr94

AUTRES FORMATS sur demande (sur devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

🛒 MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

SAISONS & AMBIANCE MAGASIN

Annoncez le changement de saison et de collections disponibles en magasin, créez une ambiance propice au trafic et à l'achat.

FORMATS & SUPPORTS :

- Affiche 38 x 38cm
- Cadre alu pour affiche
- Sticker vitrine

Cadre alu



Affiche



Sticker vitrine 85 x 44 cm



Sticker vitrine 75 x 54 cm



Raclette de pose



Sticker vitrine 100 x 42 cm



NOUVEAU

Publication Facebook



Publication Instagram



AFFICHES & STICKERS EN LIVRAISON sur pré commande : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | A5 | | sur : www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/
mdp:anwr94

AUTRES FORMATS sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

SUR LES TEMPS FORTS CALENDAIRES

RENTRÉE DES CLASSES

Une période clé d'équipement des familles en chaussures.

FORMATS & SUPPORTS :

- Affiche 100 x 70cm
- Sticker vitrine

EN STOCK

COMMUNICATION OUTILS

2

sms
voir annexe

“
Emailing
Campagne SMS
Réseaux sociaux
”

Affiche



Sticker vitrine 100 x 40 cm



Raclette de pose



NOUVEAU

Publication Facebook



Publication Instagram



AFFICHES & STICKER EN LIVRAISON sur pré commande : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | A5 | | sur : www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/ mdp:anwr94

AUTRES FORMATS sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

FÊTES DE FIN D'ANNÉE, VOEUX ET BONNE RÉOLUTION

Relationnel & proximité client.

*Adressez vos vœux à vos clients accompagnés de votre bonne résolution comme :
"Continuer à vous satisfaire au fil des saisons".*

FORMATS & SUPPORTS :

- Affiche 38 x 38cm
- Cadre alu pour affiche
- Affichette 15 x 21cm
- Chevalet plexi pour affichette
- Sticker vitrine

COMMUNICATION OUTILS



Cadre alu



Affiche fêtes

Sticker vitrine 100 x 60 cm



Plexi fêtes



Raclette de pose



NOUVEAU



AFFICHES & STICKER EN LIVRAISON sur pré commande : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | A5 | sur : www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/
mdp:anwr94

AUTRES FORMATS sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

ANIMATION QUALITATIVE MAGASIN

FÊTE DES MÈRES/PÈRES

Une occasion pour capter un budget cadeau.

Profitez de cet événement commercial pour augmenter votre chiffre d'affaires.
Dynamisez votre point de vente par des solutions très simples.

Idées d'animations à mettre en place dans votre commerce !

- Proposez la carte cadeau « plaisir d'offrir » à découvrir en page 44-45.
- Soignez votre vitrine et mettez en avant l'arrivée imminente de la fête des mères à l'aide d'un sticker.
- Mettez en avant quelques idées de cadeaux association chaussures / sac. Déclenchez l'envie d'entrer en magasin.
- Proposez à l'occasion d'un achat sur la période fête des mères des bons de réduction valables en période de fête des pères (retour client).

Idée de contenu pour les réseaux sociaux

à l'occasion de la fête des mères : le concours du meilleur selfie mère-fille mettant en scène leurs chaussures.

PRINCIPE & OBJECTIFS :

- Capter budget fête mères/pères
- Devenir une destination cadeau
- Créer du trafic

FORMATS & SUPPORTS :

- Affichette événement associée à la carte cadeau
- Carte cadeau + boîte ou enveloppe
- Plexi présentoir plv 15 x 21cm
- Sticker vitrine

COMMUNICATION OUTILS

- Engagez votre communauté avec des posts ou stories spécial fête des mères&pères !
- Incitez vos clients à venir profiter de vos offres.
- Communiquez assez tôt jusqu'au moment de la fête des mères/pères pour que vos offres restent dans leur esprit !

4
sms voir annexe

Emailing
Campagne SMS
Réseaux sociaux

Affichette



Plexi



Cartes & boîte cadeau ou enveloppe



Sticker vitrine



NOUVEAU



AFFICHES & STICKERS EN LIVRAISON sur pré commande : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | A5 | | sur : www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/
mdp:anwr94

MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

MISE EN AVANT D'UNE SÉLECTION DE PRODUITS

Créez des accroches visuelles pour développer les ventes.

PRINCIPE & OBJECTIFS :

- Mettre en avant un produit en vitrine ou en magasin
- Créer un focus visuel sur un produit
- Rythmer l'offre/visuel merchandising

FORMATS & SUPPORTS :

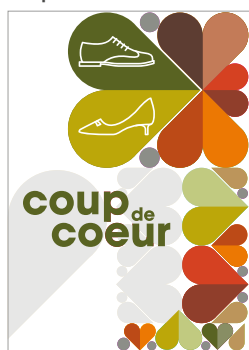
- Affichette 15 x 21cm
- Planche étiquettes pictogrammes 6 x 4cm (non adhésives à découper) pour support plexi
- Chevalet plexi pour affichette et pictogrammes

COMMUNICATION OUTILS

5
sms
voir annexe

“
Emailing
Campagne SMS
Réseaux sociaux
”

Affichette
Coup de cœur automne



Plexi



Planche pictogrammes



Plexi



Coup de cœur hiver



Coup de cœur printemps/été



Bon plan



N°1



Nouveautés



NOUVEAU

Publication Facebook



Publication Instagram



FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | A5 | sur : www.anwr-garant.fr/actualites/boite à outils marketing/ mdp:anwr94

MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

MISE EN AVANT THÉMATIQUE D'UNE SÉLECTION PRODUIT

Engagez vos clients, valorisez vos produits, vos marques, votre savoir-faire et votre valeur ajoutée de conseil et de sélectionneur.

FORMATS & SUPPORT :

- Affichette 15 x 21cm
- Chevalet plexi pour affichette

EN STOCK

COMMUNICATION OUTILS

6

sms voir annexe

“

Emailing
Campagne SMS
Réseaux sociaux

”

Affichette



PRINCIPE & OBJECTIFS :

- Mettre en avant vos **MARQUES DURABLES, MATIÈRES NATURELLES**, valoriser vos produits «verts» en magasin, montrer votre engagement.
 - Communication d'image et de notoriété avec une mobilisation concrète en faveur du développement durable.
 - Séduire votre communauté sur les réseaux sociaux, générer du trafic.
- Avantage+ : action sans démarque.**



PRINCIPE & OBJECTIFS :

- Mettre en avant vos **MARQUES MADE IN FRANCE**, mettre à l'honneur le savoir-faire de nos fabricants, la qualité des produits.
 - Séduire votre communauté sur les réseaux sociaux, générer du trafic.
- Avantage+ : action sans démarque.**

Quand peut-on dire qu'un produit est MADE IN FRANCE ?

Il faut que le produit ait subi "sa dernière transformation substantielle en France, qu'elle soit économiquement justifiée et effectuée dans une entreprise française équipée à cet effet et ayant abouti à la fabrication d'un produit nouveau ou correspondant à un stade de fabrication".

Plexi



NOUVEAU



FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | A5 | sur : www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/ mdp:anwr94

MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

PLV EN STOCK à anwr-garant

SÉLECTION POUR LUI



JOURNÉE INTERNATIONALE DE L'HOMME

PRINCIPE & OBJECTIFS :

■ Inviter vos clientes/clients à découvrir, durant toute une semaine, une sélection de produits POUR ELLE / POUR LUI.

En option :

dans vos campagnes proposez une offre fidélité de -20% sur le modèle de son choix ou -30% sur la 2^{ème} paire.

■ Générer du trafic et du CA en magasin, booster les ventes sur ces rayons.

Avantage+ : action sans démarque (offre remise en option).

COMMUNICATION OUTILS

7
8
sms
voir annexe

“
Emailing
Campagne SMS
Réseaux sociaux
”

JUSTE POUR ELLE



NOTRE SÉLECTION...

NOS PRÉCONISATIONS :

POUR LUI : en novembre à l'occasion de la journée internationale de l'homme.

POUR ELLE : en mars à l'occasion de la journée internationale de la femme

Plexi



PRINCIPE & OBJECTIFS :

■ Mettre en avant dès la vitrine et/ou en magasin, un espace et une offre PANTOUFLES ou CHAUSSURES D'INTERIEUR.

■ Une communication sur les marques avec un vocabulaire comme légèreté, souplesse, confort, élégance.

■ Idée cadeau sur la période de Noël.

Avantage+ : action sans démarque.

Cadre alu



Plexi



NOUVEAU

Publication Facebook



Publication Instagram



FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | A5 | sur : www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/ mdp:anwr94

MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/ Rubrique : ma boutique

PLV EN STOCK à anwr-garant

Valorisez votre savoir-faire de conseil et votre offre confort.

FORMATS & SUPPORTS :

- Affichette 15 x 21cm
- Chevalet plexi pour affichette
- Planche étiquettes picto 6 x 4cm (non adhésives à découper) pour support plexi à mettre en place.

EN STOCK

COMMUNICATION OUTILS

9

sms voir annexe

“ Emailing
Campagne SMS
Réseaux sociaux ”

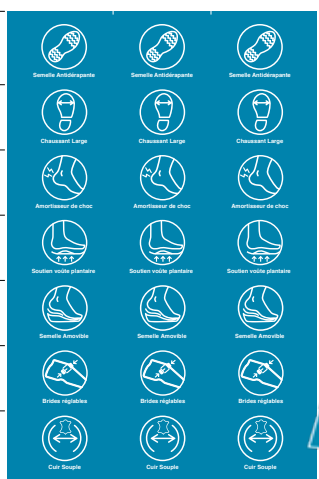
Affichette



Plexi



Planche pictogrammes



Plexi



PRINCIPE & OBJECTIFS :

■ Valoriser votre PROFESSIONNALISME, votre MÉTIER de chausseur CONSEIL et bien évidemment vos MARQUES confort et bien-être.

Avantages+: action sans démarque, PLV qui peut être permanente en magasin.

■ À mettre en avant autour de la SEMAINE DE LA SANTÉ DU PIED organisée depuis plusieurs années par l'Union française de la santé du pied et animée par les podologues. Journées qui se déroulent généralement en juin.



Couplez cette animation magasin avec un mailing aux podologues de votre ville, ventant votre professionnalisme, votre rôle de conseil et vos collections adaptées à des chaussants plus compliqués (semelles amovibles, grandes largeurs, confort des matières,...).

Nous pouvons vous aider dans la rédaction du support.

OBJECTIF : qu'ils vous adressent leur clientèle à la recherche de chaussure adaptée à leur semelle ou à leur chaussant compliqué.

NOUVEAU



FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | A5 | Planche pictogrammes | [f](https://www.facebook.com/anwr-garant) | [i](https://www.instagram.com/anwr-garant) sur : www.anwr-garant.fr/actualites/
boite à outils marketing/mdp:anwr94

MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace-adh/ Rubrique : ma boutique

AFFICHETTE & PLANCHE PICTOGRAMMES EN STOCK à anwr-garant

ANIMATION COMMERCIALE

■ **OPÉRATIONS EXCEPTIONNELLES**

■ **STOCK**

■ **TRAFIC & DÉVELOPPEMENT DES VENTES**

CÉLÉBREZ UN ANNIVERSAIRE MAGASIN

Important : il faut anticiper cette action car elle demande un marquage personnalisé avec des délais incompressibles.

PRINCIPE & OBJECTIFS :

■ Célébrer votre récente installation ou marquer votre encrage historique local en proposant une offre anniversaire ou remise spéciale "10 jours anniversaire" par exemple : 10 ans 10% - 15 ans 15%, 20 ans 20%,....

Vous profitez du trafic client pour mettre en place un questionnaire (collecte d'infos utiles à votre base de données) à glisser dans une urne avec tirage au sort pour cadeau « bon d'achat » sans obligation d'achat.

- Générer du trafic en magasin et du CA.
- Conquête et fidélisation client.

Avantages++ : collecter de la donnée client et nouveaux clients pour enrichir votre base de données.

💡 Pour un maximum de retombées médiatiques : faites imprimer une invitation et organisez un pot anniversaire vers 18h30 un jour en semaine (jeudi de préférence) avec Le Maire et son adjoint au commerce, un journaliste de votre quotidien régional qui vous fera peut-être un papier rédactionnel gratuit dans le journal, vos collègues commerçants de la rue, votre banque, vos contacts chambre de commerce, l'association des commerçants à laquelle vous appartenez peut-être, ...

! Si vous fêtez vos 1 an, location possible de fichier NOUVEAU VOISIN auprès de la Poste. Vous avez avec ces prospectus votre fil conducteur de communication tout trouvé !

FORMATS & SUPPORTS :

- Affiche, affichette ou sticker vitrine à vos dimensions
- Oriflamme sur le trottoir du magasin
- Ballons chiffres anniversaire/ballons marqués logo
- Cadeaux clientèle de préférence marqués logo/ anniversaire (exemples : parapluie, sac toile).

COMMUNICATION OUTILS

10
sms
voir annexe

- Emailing
- Campagne SMS
- SMS vocal
- Presse (dans quotidien régional)
- Réseaux sociaux
- Radio locale

💡 Après l'événement dans votre boutique :

! Prenez le temps d'envoyer des mails de remerciements à ceux qui étaient présents dans votre boutique à l'occasion de l'évènement.

! N'hésitez pas à partager les moments forts en photo sur les réseaux sociaux.

Affiche



Sticker vitrine



Sciker offre



Affichette



Invitation



Oriflamme publicitaire



Sac personnalisé



Ballon personnalisé



NOUVEAU

Publication Facebook



Publication Instagram



📄 FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | A5 | [f](#) | [i](#) | [s](#) sur : [www.anwr-garant.fr/actualites/boite à outils marketing/](http://www.anwr-garant.fr/actualites/boite%20a%20outils%20marketing/) mdp:anwr94

🚚 MATÉRIEL, AFFICHES & STICKER EN LIVRAISON sur pré commande : [www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique](http://www.anwr-garant.fr/espace%20adh/Rubrique%20ma%20boutique)

AUTRES FORMATS & PERSONNALISATION sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

EXPLOITEZ AU MIEUX UNE PÉRIODE DE TRAVAUX

Investir dans son magasin (travaux, embellissement, agrandissement, changement d'adresse), devient indispensable pour garantir un bon développement commercial face à des consommateurs toujours plus exigeants.

Communiquer et animer cette période est essentiel au maintien de chiffre d'affaires.

2 axes recommandés : **une liquidation en amont** et une **communication réouverture**.

Enjeu : ne pas perdre de clients durant cette période délicate et en conquérir de nouveaux après.

Pensez votre communication en trois temps :

1. **En amont** : par un affichage, l'envoi d'une newsletter, une communication dans le magasin, une campagne sms et/ou Email. Privilégiez la distribution d'un flyer toutes boîtes sur votre zone de chalandise annonçant votre liquidation avant travaux. Distribuez un coupon comeback réouverture.

2. **Pendant les travaux**, informez la clientèle tout en s'excusant de la gêne occasionnée. Utilisez tous les supports possibles et même les affiches vitrines, renvoi vente en ligne.

3. **Enfin, annoncez votre réouverture** :

! en ciblant large avec une campagne de communication (imprimés sans adresse, presse quotidienne régionale, radio locale, réseaux sociaux...)

! en utilisant votre base de données clients pour envoyer des e-mails et/ou SMS, et/ou des courriers adressés, par exemple pour inviter à un événement célébrant la réouverture du point de vente, **le SMS vocal se prête parfaitement à cet événement.**

! en proposant une offre promotionnelle spéciale réouverture / fin des travaux.

FORMATS & SUPPORTS :

- Affiche
- Sticker vitrine
- Coupon comeback

COMMUNICATION OUTILS

11

sms
voir annexe

Emailing
Campagne SMS
Réseaux sociaux

Sticker réouverture



Affiche travaux



NOUVEAU



↓ **FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT** : formats disponibles A3 | [f](#) | [i](#) | [s](#) sur : [www.anwr-garant.fr/actualites/boite à outils marketing/](http://www.anwr-garant.fr/actualites/boite_a_outils_marketing/)
mdp:anwr94

🛒 **MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne** : [www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique](http://www.anwr-garant.fr/espace_adh/Rubrique_ma_boutique)

AUTRES FORMATS sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

PRÉPAREZ UN DESTOCKAGE/UNE LIQUIDATION

1. Identifier le stock à démarquer et en déduire sa valeur à la vente

(avec démarque). Le nombre de paires concernées déterminera également l'investissement publicitaire à mettre en face.



Démarquer l'ensemble du magasin à -20% (-30% minimum pour une liquidation)

ce qui vous laissera encore une rentabilité correcte et ne démarquer seulement que quelques séries homme/femme/enfant à -30% et -40%. La grande majorité du magasin est donc à -20%. Remise faite en caisse ce qui vous permet de n'étiqueter que les séries au-dessus de -20% (ou -30% pour une liquidation).

“ Périodes préconisées :
fin octobre/novembre en hiver
fin avril/début mai en été ”

2. Définir un plan de communication chiffré et détaillé avec les outils, les supports et les dates de diffusions.



Frapper fort dès la première semaine en multicanal, privilégier la presse quotidienne régionale et la radio locale pour une pression publicitaire forte. Le prospectus toutes boîtes et l'affichage 4x3 restent encore des supports très efficaces pour ce type d'action (hors grandes agglomérations). Pensez à exploiter votre fichier client et les réseaux sociaux.

3. Mettre en place un tableau de suivi d'opération qui vous permettra d'évaluer la performance de votre action et d'en mesurer le retour sur investissement (impact sur votre marge, rentabilité,...).

Recommandations :

- Étiqueter son stock – la même étiquette sur chaque pied et sur la boîte – avec des numéros de couleurs (rouge femme/vert homme/blanc enfant) de 000 à 999 pour identifier plus rapidement le contrepied en réserve (idéal pour du personnel réquisitionné pour l'occasion et ne connaissant pas vos réserves). Voir sur ma boutique.
- Démarrer de préférence un mercredi.
- Ne pas dépasser une durée de 3 semaines pour votre opération (2 mois pour une liquidation).
- Presse : alterner parutions annonces et rédactionnel.



Terminez votre opération au moins un mois avant la date légale des soldes, pour une question de prix de référence


En résumé :

DESTOCKAGE	LIQUIDATION
Pas de demande préalable	Faire demande en mairie avec inventaire et afficher en magasin la lettre d'acceptation de votre mairie
Pas de vente à perte	Vente à perte autorisée
Démarque principale de départ -20%	Démarque principale de départ -30%
Terminer au moins 1 mois avant la date légale des soldes (prix de référence)	Durée légale 2 mois
	Faire figurer sur toute communication le N° de récépissé délivré par la mairie

OUTILS DE COMMUNICATION À PRIVILÉGIER

- **Affiches** vitrines et intérieur magasin – Stop Trottoir, oriflamme.
- **Mailing papier** sur fichier client dès le lundi qui précède votre opération.
- **SMS/emailing** sur fichier client le mardi qui précède votre opération.
- **Presse quotidienne régionale** dès le 1er jour puis le vendredi et le samedi suivants. Puis répétition tous les mercredis. Finir par une parution annonçant J-4 avant la fin du destockage.
- ET/OU **Radio locale** sur une semaine minimum dès le 1er jour de l'opération.
- ET/OU **Prospectus** toutes boîtes sur votre zone de chalandise, distribution en première semaine d'opération.
- **Réseaux sociaux**.



 Si vous téléchargez les fichiers affiche, pensez à inscrire les dates de début et de fin de votre opération.

Affiche



Stop trottoir



Prospectus (recto/verso)



Rédactionnel presse




Annonce presse



Étiquettes N° de stock



 **FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT** : Tableau suivi opération, affiche destockage sur : www.anwr-garant.fr/actualites/boite à outils marketing/mdp:anwr94

 **MATÉRIEL MARQUAGE STOCK EN STOCK** à www.anwr-garant

ANIMATION COMMERCIALE

FIN DE SÉRIE & PRIX RONDS

Des PLV à utiliser bien sûr à la fin des soldes mais aussi à tout moment pour des actions de promotion des ventes afin de faciliter l'écoulement des paires « dites isolées ».

OBJECTIFS :

- Assainir les stocks - éviter au maximum les immobilisations et les stocks dormants.

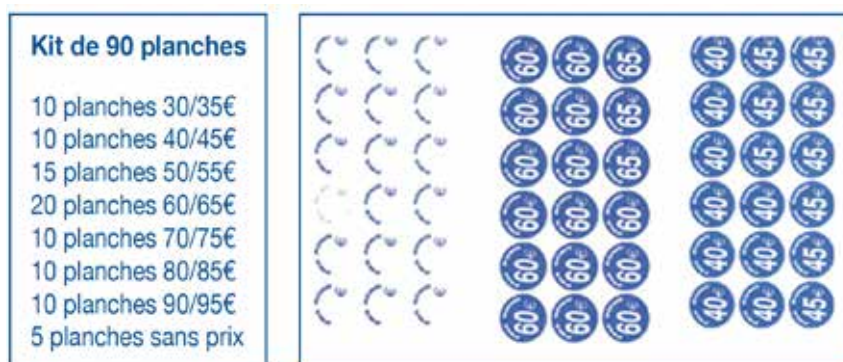
Affiche papier 70 x 26cm Colis de 3



MATÉRIEL

EN STOCK

Kit de 90 planches Étiquettes adhésives prix ronds



PLV cartonnée à suspendre livrée avec crochet ressort : diamètre 40cm



NOUVEAU



↓ FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : sur : [www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/mdp:anwr94](http://www.anwr-garant.fr/actualités/boite_à_outils_marketing/mdp:anwr94)

🛒 MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : [www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique](http://www.anwr-garant.fr/espace_adh/Rubrique_ma_boutique)

SOLDES & NOUVELLE DÉMARQUE

Durée habituelle des soldes : 4 semaines.

Affiche 100 x 70cm



Stickers : 100 x 40cm & 70 x 28cm



Raclette de pose



13
sms
voir annexe

EN STOCK
MATÉRIEL

Affiche 100 x 40cm Colis de 3



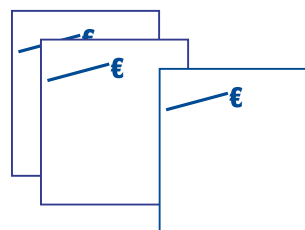
À démarrer dans les 10 jours après le lancement des soldes



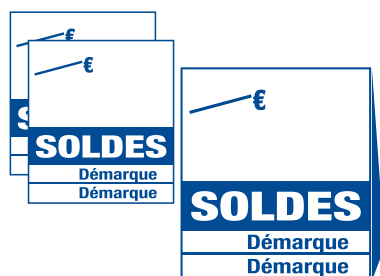
Affiche 100 x 30cm Colis de 2



Étiquettes adhésives : 5 x 3,4cm Paquet de 960



Chevalet cartonné : 6 x 8cm Paquet de 500



NOUVEAU



FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | sur : www.anwr-garant.fr/actualites/boite à outils marketing/
mdp:anwr94

MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

OFFRES RENTRÉE DES CLASSES

Captez le budget d'équipement de la famille et en particulier des enfants.

PRINCIPE & OBJECTIFS :

- Proposer une **offre sur les rayons enfant et junior**.
- Une remise immédiate en caisse. Non cumulable avec autre promotion ou avantage fidélité, validité conseillée sur 2 semaines.
- Générer du trafic en magasin et du chiffre d'affaires sur une période clé de conquête et de fidélisation clients.
- Mise en place fin août/début septembre selon les régions.

Important : Capter de nouveaux clients et les fidéliser (coordonnées à prendre en magasin)

FORMATS & SUPPORTS :

EN STOCK

- Affiche 100 x 70cm
- Affichette
- Chevalet plexi pour affichette
- Sticker vitrine 100 x 40cm

COMMUNICATION OUTILS

14
sms
voir annexe

“ Emailing
Campagne SMS
Réseaux sociaux
Optionnel :
Campagne Radio
locale ”

Sticker vitrine



Raclette de pose



2 AXES PROPOSÉS :

Affiche



Plexi & affichette



NOUVEAU

Publication Facebook



Publication Instagram



↓ **FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT** : formats disponibles A3 | A5 | sticker | [f](#) | [i](#) | [s](#) sur : [www.anwr-garant.fr/actualites/boite à outils marketing/mdp:anwr94](http://www.anwr-garant.fr/actualites/boite%20a%20outils%20marketing/mdp:anwr94)

🛒 **MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne** : [www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique](http://www.anwr-garant.fr/espace%20adh/Rubrique%20ma%20boutique)

AUTRES FORMATS sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

OFFRES VENTES GROUPÉES

Des actions qui vont vous permettre de générer du trafic en magasin et du chiffre d'affaires en période commercialement creuse. Accélérez les ventes et le destockage.

PRINCIPE :

Une offre qui porte toujours sur 2 articles achetés simultanément, remise faite en caisse sur l'article le moins cher des 2, valable sur tout le magasin et non cumulable avec autre promotion ou avantage fidélité. À travailler sur une dizaine de jours aux **dates de votre choix** (mi octobre/novembre & avril/mai).

FORMATS & SUPPORTS :

- Affiche
- Affichette
- Chevalet plexi pour affichette

2 AXES PROPOSÉS :

-30% SUR LA 2^{ème} PAIRE

Taux de remise déterminé à l'avance

Affiche Automne



Affiche Hiver



Affiche Hiver



Plexi & affichette



COMMUNICATION OUTILS

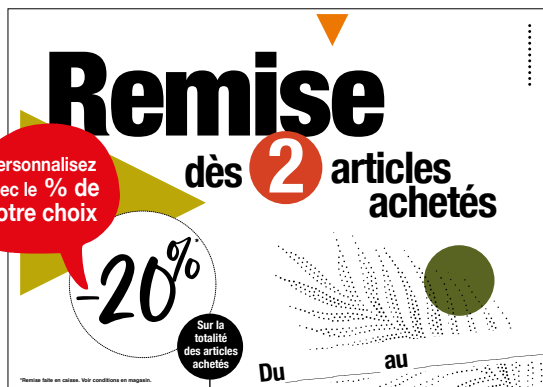
15
sms
voir annexe

- Emailing
- Campagne SMS
- Réseaux sociaux
- Optionnel : Campagne Radio locale

UNE REMISE DÈS 2 ARTICLES ACHETÉS

Permet de travailler chaussure/sac, chaussure/textile...

Affiche Automne



Remise sur la totalité des articles achetés



↓ **FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT** : formats disponibles A3 | A5 | sticker | f | i | s sur : www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/mdp:anwr94

🛒 **MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne** : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

AUTRES FORMATS sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

COUPON NOUVELLE COLLECTION & COUPON COME BACK

Une distribution en caisse du magasin.

PRINCIPE :

- Une offre de 10€ à valoir sur la prochaine collection sur un minimum d'achat de 60€. (variante possible 8€ sur 50€).

2 AXES PROPOSÉS :

- Dans la version "**nouvelle collection**", à distribuer à chaque passage en caisse sur toute la durée des soldes, validité libre mais possibilité d'inscrire une date limite.
- Dans la version "**come back**", à distribuer après un passage en caisse, avant la fête des mères (retour client fête des pères), en geste commercial lors d'un litige client, privilégiez une validité de 6 mois à compter de la date d'émission à indiquer sur le coupon.

Avantages+: Une mise en place facile en magasin, un support à faible coût et aucun coût de distribution.

OBJECTIFS :

- Générer du retour client.
- Fidéliser les clients.

FORMATS & SUPPORTS :

- Coupon cartonné format carte de crédit 8,5 x 5,5cm

Coupon Come back



Personnalisez avec le cachet de votre magasin

Coupon Automne nouvelle collection



Personnalisez avec le cachet de votre magasin

Coupon Printemps nouvelle collection



Personnalisez avec le cachet de votre magasin

↓ **FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT** sur : [www.anwr-garant.fr/actualites/boite à outils marketing/mdp:anwr94](http://www.anwr-garant.fr/actualites/boite_a_outils_marketing/mdp:anwr94)

🛒 **EN PRÉCOMMANDE en ligne** : [www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique](http://www.anwr-garant.fr/espace_adh/Rubrique) : ma boutique

PERSONNALISATION sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

LES JOURS EN FOLIE !

Une offre limitée dans le temps sur une sélection d'articles signalés en magasin.

PRINCIPE :

■ Une remise faite en caisse sur une sélection d'articles comme : Les SNEAKERS en mai, les modèles fermés en juin (place aux nu-pieds), les demi-saison hiver en novembre (place aux boots et aux bottes).

OBJECTIFS :

- Générer du trafic en magasin et du chiffre d'affaires sur une période choisie.
- Accélérer les ventes sur tout ou partie de votre offre magasin.

FORMATS & SUPPORTS :

- Affiche 38 x 38cm
- Cadre alu pour affiche
- Affichette 15 x 21cm
- Chevalet plexi pour affichette

COMMUNICATION OUTILS

16
sms
voir annexe

- Emailing
- Campagne SMS
- Réseaux sociaux
- Optionnel : Campagne Radio locale

Cadre alu

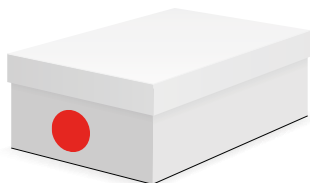


Plexi



À prévoir :

une étiquette adhésive  pour vos boîtes ou produits afin de signaler d'un point rouge votre sélection en magasin.



NOUVEAU



↓ FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A3 | A5 | sticker |   sur : www.anwr-garant.fr/actualites/boite à outils marketing/mdp:anwr94

🛒 MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

AUTRES FORMATS sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

BLACK FRIDAY

Rendez-vous incontournable autour du dernier vendredi de novembre.

Depuis quelques années, les campagnes de prix cassés débutent plusieurs jours avant la date officielle. Le Black Friday commence dès le lundi voire le week-end précédent avec le lancement d'une «Black week».

OBJECTIFS :

- Générer du trafic en magasin et du chiffre d'affaires sur une période attendue des clients.
- En profiter pour une mise à jour des données clients

FORMATS & SUPPORTS :

- Affiche 38 x 38cm
à personnaliser avec les dates de votre choix
- Cadre alu pour affiche

COMMUNICATION OUTILS

17
sms
voir annexe

“ Emailing
Campagne SMS
Réseaux sociaux
Optionnel :
Campagne Radio
locale ”

Cadre alu



NOUVEAU



↓ **FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT** : formats disponibles A3 | A5 | sur : www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/
mdp:anwr94

MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

AFFICHES EN LIVRAISON sur pré commande : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

AUTRES FORMATS sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

VENTES PRIVÉES

À mettre en place 10 jours avant les soldes.

OBJECTIFS :

- Relationnel client.
- Capter le budget soldes des clients.

FORMATS & SUPPORTS :

- Affiche 38 x 38cm
à personnaliser avec les dates de votre choix
- Cadre alu pour affiche

COMMUNICATION OUTILS



Rappel réglementation pour les ventes privées : Les ventes privées sont réservées au magasin disposant d'un programme de fidélité client. Elles consistent en une réduction des prix, sur des articles qui peuvent être réassortis pendant une période donnée. Ces ventes privées sont exclusivement réservées aux clients du programme fidélité du magasin. Vous devez donc associer la vente en réduction à un « compte » ou « carte » de fidélité déjà ouvert par le client.

Cadre alu



NOUVEAU



↓ **FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT :** formats disponibles A3 | A5 | [f](#) | [i](#) sur : [www.anwr-garant.fr/actualites/boite à outils marketing/](http://www.anwr-garant.fr/actualites/boite_a_outils_marketing/)
mdp:anwr94

🛒 **MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne :** [www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique](http://www.anwr-garant.fr/espace_adh/Rubrique) : ma boutique

🚚 **AFFICHES EN LIVRAISON sur pré commande :** [www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique](http://www.anwr-garant.fr/espace_adh/Rubrique) : ma boutique

AUTRES FORMATS sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

RELATIONNEL CLIENT

A network diagram with light blue nodes and lines connecting them, set against a dark blue vertical bar on the left and a red horizontal bar at the top. The text is centered in the white space.

■ **FIDÉLISATION CLIENT**

■ **ENQUÊTE DE SATISFACTION**

■ **ACTIONS MARKETING**

■ **ENRICHISSEMENT DE BASE DE DONNÉES**

Personnalisez votre communication et générez du trafic à moindre coût, captez les clients fidèles.

OBJECTIFS :

- Améliorer son expérience client, développer une relation de confiance, créer du lien.
- Faire du marketing direct ciblé.
- Déclencher un achat supplémentaire.
- Retenir un client en lui offrant des avantages.

QUELS OUTILS UTILISER DANS LA FIDÉLISATION CLIENT ?

- ! Un **programme de fidélité** et une remise client cumulée.
- ! Une **enquête de satisfaction** après achat.
- ! Des **actions de marketing**.
- ! Les **réseaux sociaux et l'Emailing** (nouveaux produits, promotions).
- ! Le **parrainage** pour gagner de nouveaux clients.

FIDÉLISATION CLIENT, 4 ERREURS À ÉVITER :

- Considérer qu'un client fidèle est un client satisfait (enquête de satisfaction après achat).
- Prioriser la conquête de nouveaux clients au détriment de la fidélisation (équilibrer fidélisation et parrainage).
- Vouloir fidéliser vos clients sans les connaître (analyser les données clients).
- Tenter de fidéliser tous vos clients, 15% des clients les plus fidèles contribuent pour 50 à 75% des ventes (cibler sa communication).

Nos partenaires :



SMS



Emailing



Programme de fidélité

Un client fidèle coûte jusqu'à 5 fois moins cher que la conquête d'un nouveau client.

Grâce à un programme de fidélité client vous disposerez d'une base de données enrichie qui vous permettra de proposer des offres pertinentes à la bonne personne.



Notre partenaire : www.avomark.fr

1. **AVOMARK charge le logiciel fidélité préalablement programmé** en fonction des objectifs fixés avec vous sur TPE ou PC caisse (taux de remise cumulée et mode de restitution). Lorsqu'un client s'inscrit, le commerçant : SOIT lui remet directement sa carte de fidélité, SOIT lui adresse en temps réel un SMS (ou un e-mail) pour activer sa e-carte sur son smartphone.
2. **Une interface permettant l'accueil personnalisé de chaque client en caisse**
 - Inscription de nouveaux clients au programme de fidélité
 - Module ergonomique d'identification des consommateurs en caisse
 - Affichage temps réel de la fiche fidélité de chaque client
 - Gestion des avantages fidélité (points, cagnotte, avantages...)
 - Messages d'alerte « dernier message non parvenu » pour mise à jour des coordonnées.Pour son inscription, chaque client remplit sa fiche ou s'inscrit sur une tablette en magasin. Il peut aussi s'inscrire en ligne. Le recueil de ces données est conforme au RGPD.

Chaque achat « fidélité » est enregistré sur le TPE ou PC caisse et permet de cumuler des avantages différés. Un ticket justificatif peut être édité pour le consommateur.

Régulièrement l'ensemble des informations stockées dans le TPE ou PC caisse sont transférées par télécollectes automatisées sur les serveurs d'AVOMARK. Elles peuvent être consultées et exploitées de façon autonome par le commerçant 24h/24 (via un accès extranet sécurisé). Le fichier et les données clients restent contractuellement la propriété du commerçant.

3. **A l'initiative du point de vente, les primes fidélité cumulées** (remises, points) sont restituées sous forme de lettre bon d'achat adressée à chaque client (ou de tickets cadeaux édités sur site).
4. **Lors de l'achat suivant le client utilise le bon d'achat reçu** ou le ticket cadeau dans la limite de sa validité. L'encaissement du nouvel achat (prix du produit – montant de la prime de fidélité) est enregistré sur son compte de fidélité.



CONTACT :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

Envoyer un questionnaire de satisfaction à vos clients permet de renforcer la relation que vous partagez avec eux. Vos clients se sentiront considérés.
Vous aurez ainsi un retour d'expérience sur leur visite en magasin.

OBJECTIFS :

- Mieux connaître votre clientèle et mieux cibler votre communication.
- Améliorer leur taux de satisfaction et la qualité de votre offre.
- Augmenter la propension de votre clientèle à rester fidèle.
- Enrichir votre base de données.



SUPPORT :

Votre base client : numéros de mobile/adresses e.mail (voir annexe p.64).

OUTILS :

Logiciel d'envoi de SMS et lien vers formulaire en ligne (via la plateforme d'envois de notre partenaire allmysms : onglet « mes formulaires »). Email également possible, nous contacter.

LES BONNES PRATIQUES À SUIVRE POUR CRÉER UN QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION EFFICACE :

- **Présentez l'objectif du questionnaire** et indiquez le **temps de réponse** qu'il représente pour vos clients ou le nombre de questions posées.
- **Définissez vos objectifs** et la finalité de l'enquête (ce que vous cherchez à savoir) et posez des questions courtes et pas trop nombreuses. Puisque vous travaillez d'après votre fichier client, évitez trop de questions socio démographiques, vous avez certainement déjà des réponses dans votre base de données.
- **Prévoyez des questions :**
 - sur **vos services** et **vos produits** : conseil, qualité produit, offre,...
 - **satisfaction** /recommandation : proposer de mettre des notes.
 - **de ciblage** pour vos communications futures.

COMMENT UTILISER LES RÉSULTATS DE VOTRE ENQUÊTE DE SATISFACTION ?

Une fois vos résultats récupérés et analysés vous pouvez :

- mettre en place les actions afin d'améliorer votre offre produit ou service.
- mieux cibler vos prochaines communications.
- diffuser les commentaires positifs en tant qu'avis clients pour faire rayonner votre image en ligne !

Voir exemple d'enquête en annexe









Objet à indiquer dans votre Emailing :
suite à votre achat chez xxxxx chausseur,
votre avis nous intéresse.



 **FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT** : Exemple d'enquête de satisfaction sur : www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/
mdp:anwr94

CONTACTS :

Bénédicte Rochard :Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana :Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

QUELLE ACTION		QUEL CANAL
Bon d'achat fidélité 	Restitution de la remise cumulée qui récompense le client de sa fidélité à chaque entrée de saison	SMS ou lettre courrier, ticket cadeau en caisse
Enquête de satisfaction 	Avis sur : <ul style="list-style-type: none"> • Accueil en magasin, conseil ? • Que recherchent-ils ? • Quels sont leurs produits préférés ? 	SMS et/ou emailing
Coupon nouvelle collection	Offre de 8 à 10€ sur un minimum d'achat, il invite le client à revenir pour la nouvelle collection	Coupon distribué en caisse pendant des périodes de soldes ou promos
Ventes privées 	Offre réservée clients programme de fidélité	Invitation sms et/ou emailing
Offre VIP 	Récompense vos clients les + fidèles	Invitation sms et/ou emailing Coupon come back en caisse
Considération client 	Bon d'achat, simplement présenter ses voeux, Anniversaire client, fête prénom	SMS vocal et/ou emailing
Parrainage	Récompensez votre client pour un parrainage d'ami(e) « nouveau client magasin »	invitation sms et/ou emailing
Client inactif 	Pas d'achat dans l'année : le rappeler avec une offre remise sur achat	SMS
Bienvenue 	Remerciez votre nouveau client de son ouverture de compte fidélité	SMS
Ouvertures spéciales 	Annoncez vos ouvertures spéciales comme les dimanches de décembre, les dimanches de soldes, les non-stop de destockage,...	SMS

Grâce à l'enrichissement de données, vous intégrez toutes les informations manquantes à votre base et assurez ainsi une qualification de votre fichier client.

OBJECTIFS

- Améliorer sa connaissance client.
- Mettre en place des actions marketing plus ciblées, performantes et rentables.
- Envoyer la bonne offre, à la bonne personne, au bon moment.

QUELLES DONNÉES COLLECTER ?

- **Données de contact** : emailing, mobile, adresse,...
- N'hésitez pas à demander par quel canal de communication le client préfère être contacté.
- **Données déclaratives** : centre d'intérêt, âge, sexe, enfants,...
- **Données de fidélisation** : pointure, rayon préféré, marques préférées, chaussant compliqué,...

DES RÈGLES À RESPECTER :

- **Un hébergement sécurisé**, être en conformité **RGPD**, permettre une **gestion des désabonnements**.
- **Faites le tri**, ne collectez que de la donnée utile à votre magasin et à votre marketing direct.
- Au moment de la collecte, **informez vos clients sur ce que vous faites de leurs données** (infos sur vos collections, vos promos, vos événements,...).
- **Ne gardez pas indéfiniment les données**, prévoyez la suppression des informations en cas d'inactivité prolongée de vos clients (3 ans à compter de la fin de la relation commerciale).
- **Le consentement**, la personne concernée a consenti au traitement de ses données à caractère personnel pour une ou plusieurs finalités spécifiques.

COMMENT ENRICHIR SA BASE DE DONNÉES CLIENT ?

- Le formulaire de contact en caisse (données de contact et déclaratives).
- Les programmes de fidélité (données déclaratives et de fidélisation).
- Les enquêtes de satisfaction après achat (données de fidélisation, qu'aime-il ? que recherche-il ? quand achète-il ? quels sont ses produits préférés ?).

Nos partenaires :



Logiciel de caisse



Logiciel de caisse



Programme de fidélité

DES OUTILS



■ **SERVICES NÉGOCIÉS**

■ **MATÉRIEL POINT DE VENTE**

■ **GRAPHISTE SERVICE STUDIO CRÉATION**

Parce que les occasions de contacter vos clients sont nombreuses (nouvelle collection, promo, anniversaire, black friday, ventes privées, soldes,...) : réalisez vous-même, rapidement et facilement, des campagnes SMS à moindre coût.

Nous avons négocié, pour vous, avec la société allmysms un partenariat «Grand Compte» pour vous faire bénéficier d'un logiciel facile d'utilisation et d'un tarif préférentiel.

LE SMS SUR FICHER CLIENT

Choisissez la formule qui vous convient le mieux :

N°1 Vous souhaitez gérer vos campagnes SMS, nous vous ouvrons un sous-compte auprès de allmysms.

La facturation se fait en direct avec allmysms au tarif préférentiel négocié.

N°2 Vous souhaitez nous confier la réalisation de vos campagnes SMS d'après votre fichier client, comptez un coût forfaitaire par campagne de 15€ en plus du coût du sms. Nous programmons ensemble votre campagne, la facturation se fait via le portail DZB BANK.

D'AUTRES OUTILS À VOTRE DISPOSITION SUR LA PLATEFORME :

- Le MVR (Message Vocal direct Répondeur)) 0,12€/numéro. Vous enregistrez un message de 20 secondes diffusé directement dans la messagerie de vos clients sans aucune sonnerie.
- La location de fichier OPTIN à 0,12€/numéro SMS (texte) sur la base d'une location de fichier de numéros avec ciblage genre/âge/localisation/centre d'intérêt... Faites une simulation directement sur le logiciel Rubrique location de listes.
- La Campagne «anniversaire clients» Si vous disposez dans votre fichier client de ce renseignement, vous pouvez programmer une campagne SMS anniversaire toujours pour 0,035€/sms.

Partenaire



Comment ça marche?

Formule N°1 :

1. Nous vous ouvrons un accès à la plateforme d'envois.
2. Nous vous adressons votre code d'accès personnel accompagné d'un tutoriel de fonctionnement.
3. Chargez votre compte du montant de votre choix.
4. Vous pouvez immédiatement démarrer votre campagne sms.

Formule N°2 :

1. Vous nous adressez votre texte et votre fichier excel de N° mobile clients.
2. Nous préparons votre campagne que vous devrez nous valider.
3. Nous programmons l'envoi du sms client.
4. Nous vous adressons un rapport de campagne pour la mise à jour des STOP dans votre base de données client (RGPD).
5. Facturation via le portail DZD Bank.

CONTACTS :

Bénédicte Rochard :Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana :Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

Nous organisons pour vous la distribution de vos documents publicitaires. Toutes les distributions sont réalisées sur devis et passent en facturation DZB Bank.

UNE ORGANISATION EN 4 ÉTAPES :

- Étape 1 : Réalisation du devis selon les codes postaux identifiés par vous.
Possibilité de ciblage de la population (idéal pour les catalogues fournisseurs)
- Étape 2 : L'imprimeur livre la plateforme
- Étape 3 : Le prestataire distribue à la date demandée
- Étape 4 : La facturation se fait sur décade DZB



Nous pouvons aussi vous chiffrer l'impression des documents.

Partenaire



Remise
adhérents
anwr-garant
-30%
sur le tarif
habituel
du prestataire

Comment faire pour bénéficier de cette remise exclusive ?

1. Nous adresser votre demande, environ 2 semaines avant la date de distribution souhaitée.
2. Une étude tarifaire et cartographie vous seront alors adressées pour accord, accompagnées de l'adresse de dépôt des imprimés.
3. Nous nous chargeons de la validation auprès du prestataire. Le montant de votre distribution sera porté sur une décade DZB Bank pour règlement.

CONTACTS :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

Parce que les porteurs de « titres cadeaux » (carte ou chèque) sont de plus en plus nombreux et que cette clientèle dispose d'un réel pouvoir d'achat...

nous avons négocié pour vous des contrats d'affiliation avec les principaux acteurs sur ce marché :






QUELS AVANTAGES POUR VOUS ?

- Une nouvelle clientèle donc un chiffre d'affaires supplémentaire
- Un taux de commission négocié
- Une visibilité sur internet (dans chacun des sites des prestataires)

En tant qu'adhérent Anwr-Garant France, vous pouvez bénéficier de ces avantages à compter de votre adhésion pour votre ou vos points de vente. **Vous vous engagez à accepter sur ces points de vente les « titres cadeaux » papiers et cartes de ces prestataires. Si vous êtes déjà affilié à un de ces prestataires, merci de nous le faire savoir au plus vite afin de bénéficier, lors de vos prochaines demandes de remboursement, des conditions avantageuses accordées via votre groupement.**



Informez vos clients par sms.

PRESTATAIRES	TAUX DE COMMISSION H.T. (sur la valeur faciale du chèque)	DELAIS DE REMBOURSEMENT
	9%	Sous 20 jours ouvrés à réception des chèques par la société
	7% chèque papier 10% carte à piste	Sous 20 jours ouvrés à réception des chèques par la société
	10%	Sous maximum 30 jours fin de mois à compter de la date de réception des chèques par la société
	8% /chèque papier 10% /carte à piste	Le mois même si les chèques sont réceptionnés chez Cadhoc avant le 20 du mois. Sinon remboursement le mois suivant. Par télécopie en 2 jours sur les cartes à piste
	3,3%	Dans les 15 jours fin de mois suivant la date de réception par Shopping Pass

Comment bénéficier de cet avantage ?

Il vous suffit de nous contacter, les documents pour affiliation à chacun des prestataires vous seront adressés sur simple demande. Retournez les directement au prestataire de votre choix.

CONTACTS :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

Une plateforme de musique libre de droits proposant un service de licence alternative « Jamendo Licensing » dédiée à l'exploitation commerciale de musique libre de droits à un prix abordable.

- Avec une offre de plus de 200 000 titres réunis en 23 radios pre-programmées par genre et par thème, Jamendo permet ainsi aux commerçants d'être exonérés des redevances SACEM. Les playlists sont revues tous les trimestres.
- Pour un forfait annuel abordable, le commerçant télécharge les 23 ambiances prédéfinies ou lance le lecteur streaming ou branche une clé USB sur son système HIFI.

Partenaire

SACEM	SPRE	JAMENDO*	
€HT/an	€HT/an	SUPERFICIE DE LA ZONE DE VENTE	€HT/an
1 à 2 employés 181,07€	0 à 2 employés 96,91€	Moins de 50m ²	59,88€
3 à 4 employés 343,90€	3 à 5 employés 172,28€	De 51m ² à 100m ²	95,88€
5 à 6 employés 516,11€	6 à 10 employés 204,59€	De 101m ² à 400m ²	119,88€
7 à 8 employés 636,35€	11 à 15 employés 312,27€	De 401m ² à 1000m ²	239,88€

*Tarif 2022 avant remise adhérent

Critère retenu pour droits SACEM et SPRE : nombre d'employés
Critère retenu par la plateforme Jamendo : superficie du point de vente

Partenaire



Remise adhérents anwr-garant
-20%
sur le tarif Jamendo
Code promo : ANWRG

Attention : l'exonération ne concerne uniquement que les droits SACEM.
La cotisation SPRE, Société pour la perception de la Rémunération Équitable, reste elle maintenue.

Comment ça fonctionne ?

1. Rendez-vous sur www.jamendo.com
2. Sélectionnez la formule selon votre surface de vente
3. Renseignez les informations du compte



Pensez à mettre le code promo

Exemple : ce que comprend l'abonnement à moins de 50m² :

- Abonnement annuel avec renouvellement automatique
- Accès illimité à 27 radios
- Un certificat officiel, preuve de votre droit de diffuser les radios dans votre établissement

CONTACTS :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

Nous avons négocié avec la compagnie d'assurance GENERALI des conditions et des tarifs préférentiels sur vos contrats d'assurance professionnels.

DES AVANTAGES RÉSERVÉS AUX ADHÉRENTS

Grâce à ce partenariat, vous bénéficiez des avantages suivants :

- Une visite de diagnostic afin d'identifier vos besoins en termes de garanties et étudier vos conditions en cours auprès de la concurrence pour l'ensemble de vos risques professionnels
- Une réduction commerciale de 50% sur la cotisation annuelle du contrat multirisques commerce GENERALI quelles que soient les garanties retenues et le montant des capitaux assurés.

PROXIMITÉ

Les agents Généraux de GENERALI, professionnels libéraux de votre région, seront porteurs auprès des adhérents des tarifs et conditions préférentielles qui vous sont réservés.

QUALITÉ

GENERALI s'engage à suivre la qualité des services rendus à nos adhérents et à répondre aux sollicitations d'ANWR-GARANT France en cas de réclamation de l'un d'entre vous.

LIBERTÉ

Vous restez libre du contenu et de l'étendue de votre relation commerciale avec votre Agent Général GENERALI, étant précisé que la souscription d'un contrat ou de certaines garanties demeure soumise aux règles d'acceptation des risques GENERALI.

Le règlement des cotisations n'interviendra pas dans le cadre de notre paiement centralisé. Les cotisations d'assurance devront donc être réglées directement à GENERALI. Le partenariat est également valable pour les adhérents déjà assurés chez GENERALI !

Partenaire



“ Réduction commerciale de **50%** de la cotisation annuelle multirisques commerce GENERALI ”

Comment bénéficier de cet avantage ?

Contactez-nous

CONTACT :

Votre responsable régional

Un service infographie vous est proposé afin de réaliser vos supports de communications personnalisés.

- Nous vous accompagnons dans la conception de vos visuels et l'impression de vos documents.
- Donnons à votre communication, quels que soient les supports choisis, un moyen de vous distinguer.
- Nous étudions ensemble vos besoins et vous guidons dans vos choix et les erreurs à ne pas commettre : couleurs, images, typographie, mis en page, ...



Les atouts d'une bonne infographie :

- elle condense l'information
- elle est facile à partager sur les réseaux sociaux
- elle est aisée à lire
- elle peut très vite devenir virale

Quelques exemples de ce que nous pouvons personnaliser :

À VOTRE IDENTITÉ - À VOTRE LOGO - À VOS FORMATS - À VOTRE CONTENU



■ MATERIEL POINT DE VENTE

- PLV
- Sticker vitrine
- Tapis de sol
- Sacs
- Cartes de visite
- Ballons
- Cadeau clientèle
- Carte cadeau

■ COMMUNICATION

- Presse
- Lettre mailing
- Emailing
- Affichage urbain
- Dépliant/brochure
- Mini catalogue
- Newsletter

■ RESEAUX SOCIAUX

- Publications 
- Publications 

Toutes vos demandes font l'objet d'un devis personnalisé

CONTACTS :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

Captez le budget cadeau de vos clients.

Le cadeau idéal ! Elle permet à vos clients d'offrir à un proche, un(e) ami(e) une paire de chaussures ou un sac sans se tromper de pointure, de couleur, de style...

Vous pouvez la proposer toute l'année dans le cadre d'un cadeau d'anniversaire et la mettre en avant sur certains temps forts : fête des Mères et des Pères, Noël, Saint-Valentin.

OBJECTIFS :

■ Proposer à vos clients une solution cadeau pour toutes les occasions.

■ Une source de revenus supplémentaires sur des périodes clé comme Noël.

Les cartes cadeaux sont considérées comme des revenus anticipés. Si ce n'est pas dans l'immédiat, elles seront utilisées tôt ou tard et feront donc d'ores et déjà partie du chiffre d'affaires.

■ Une bonne façon d'inciter ses clients à acheter plus.

Les cartes cadeaux ont généralement un montant arrondi (20, 30 ou 50 euros), ce qui ne correspond pas toujours aux prix des articles proposés. S'il est vraiment intéressé, le client sera donc amené à ajouter une somme supplémentaire pour faire ses achats.

■ Collecte de données de la personne venant au magasin dépenser sa carte cadeau (peut être une nouvelle cliente !).

Avantage+ : vous pouvez également vous en servir comme d'un « bon-cadeau » si vous avez besoin de faire un geste commercial à un client, un geste de fidélisation, transformer un retour client en carte cadeau de même valeur, ...

De cette façon, vous pouvez conserver le montant de la transaction, mais également offrir une alternative favorable à votre client.

FORMATS & SUPPORTS :

- Carte 5,5 x 8,5cm
- Affichette 15 x 21cm
- Chevalet plexi pour affichette

MATÉRIEL À PRÉVOIR :

- Enveloppe rouge
- Boite cadeau

Affichette



Plexi



boite cadeau ou enveloppe



↓ **FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT** : formats disponibles A5 | Carte cadeaux recto/verso | [f](#) | [i](#) | [s](#) sur : [www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/mdp:anwr94](http://www.anwr-garant.fr/actualités/boite-à-outils-marketing/mdp:anwr94)

🛒 **MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne** : [www.anwr-garant.fr/espace-adh/Rubrique: ma boutique](http://www.anwr-garant.fr/espace-adh/Rubrique:ma-boutique)

POUR COMMANDER :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr



Informez vos clients par sms.

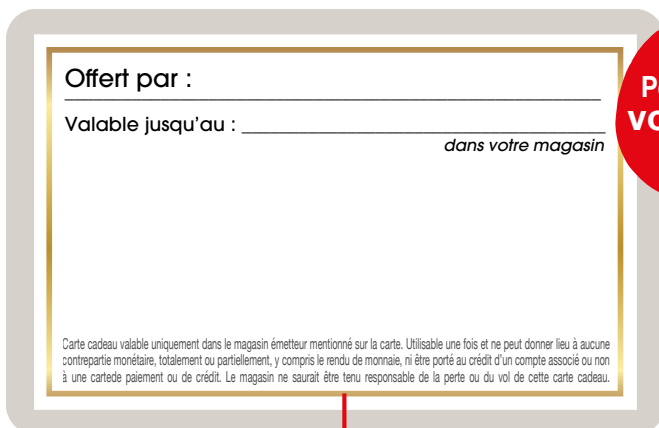
2 montants différents pour une plus grande souplesse pour le client (10€, 50€).

Mise en place en magasin : une plv sous plexi comptoir de caisse et dans les vitrines.

Recto



Verso



Carte cadeau valable uniquement dans le magasin émetteur mentionné sur la carte. Utilisable une fois et ne peut donner lieu à aucune contrepartie monétaire, totalement ou partiellement, y compris le rendu de monnaie, ni être porté au crédit d'un compte associé ou non à une carte de paiement ou de crédit. Le magasin ne saurait être tenu responsable de la perte ou du vol de cette carte cadeau.

NOUVEAU



FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT : formats disponibles A5 | Carte cadeaux recto/verso | sur : www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/mdp:anwr94

MATÉRIEL POUR MISE EN PLACE MAGASIN à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

POUR COMMANDER :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

À commander sur le site www.anwr-garant.fr

EN STOCK
MATÉRIEL

Supports de PLV :

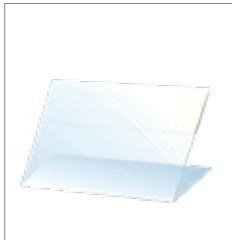
Cadre alu 38 x 38cm



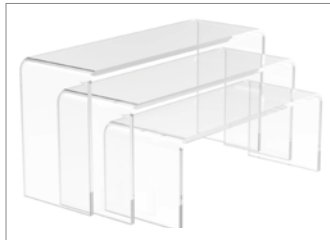
Chevalet plexi 15 x 21cm



Support plexi 6,5 x 4cm



Pont plexi vitrine adultes et enfants



La Sacherie :

Sac papier 1 boîte et 2 boîtes



Sac biosourcé 1 boîte 2 boîtes et botte



Exclusivité Enseigne
Sac papier 1 boîte et 2 boîtes



Exclusivité Enseigne
Sac biosourcé 1 boîte 2 boîtes et botte



Exclusivité Enseigne
Sac papier 2 boîtes



Exclusivité Enseigne
Sac biosourcé 1 boîte



Affichage prix vitrine :

Machine faiseur de prix



Chiffres cube prix vitrine



Marquage stock :

Étiquettes N° de stock de 000 à 999 - couleurs au choix

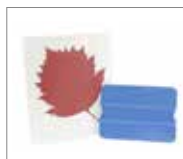


Divers :

Bas d'essayage beige et noir



Raclette pose sticker



Gonfleur électrique



Attaches ballons



Ballons & Arbre à ballons



MATÉRIEL à commander en ligne : www.anwr-garant.fr/espace adh/Rubrique : ma boutique

VOS CONTACTS :

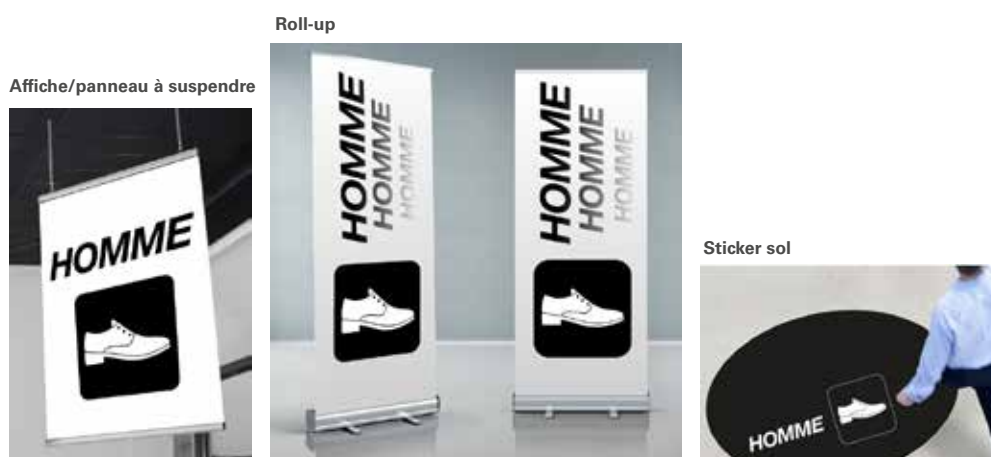
Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

Le balisage de rayon permet d'orienter les clients tout en valorisant les produits et les promotions pour favoriser les ventes.



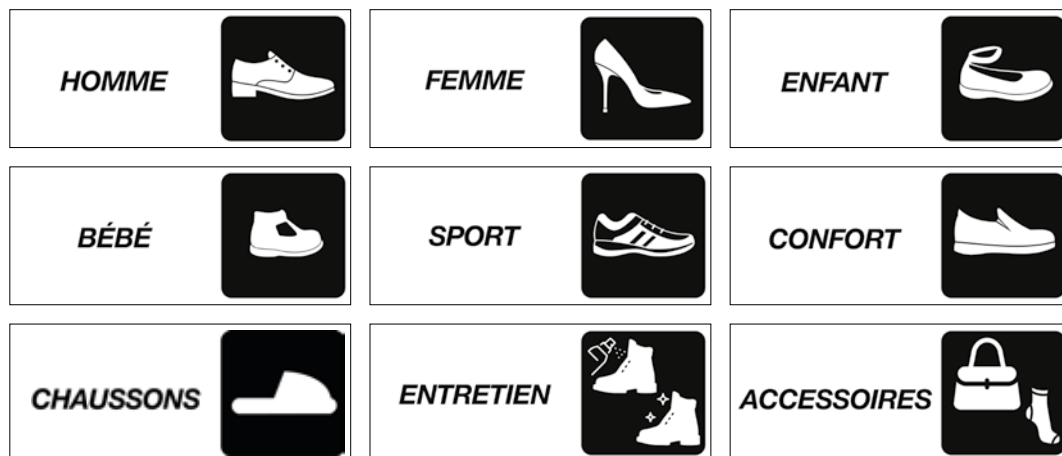
Quelques idées de supports :

- Le **roll-up** perpendiculaire au rayon, il attire l'attention de loin.
- Au sol le **sticker** pour guider, délimiter un périmètre et attirer l'attention de l'acheteur.
- **Affiche/panneau** à suspendre au dessus du rayon ou au mur au dessus du rayonnage.



Autres formats & coloris sur demande

Signalétique rayon panneaux 50 x 20cm



Signalétique rayon icônes 20 x 20cm



↓ **FICHIERS À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT** : formats disponibles panneaux 50x20cm | icônes 20x20cm | sur : www.anwr-garant.fr/actualités/boite à outils marketing/mdp:anwr94

AUTRES FORMATS ET/OU COLORIS sur demande (devis) :

Bénédicte Rochard : Tél. 01 41 62 11 31 - benedicte.rochard@anwr-garant.fr & Ilona Fofana : Tél. 01 41 62 11 56 - Ilona.fofana@anwr-garant.fr

DES GUIDES

- **COMMUNICATION MULTICANAL**
- **JURIDIQUE**
- **COMMANDER SUR "MA BOUTIQUE"**
- **TÉLÉCHARGEMENTS GRATUITS**

On appelle marketing multicanal le fait de diversifier les outils et d'utiliser un ensemble de canaux de communication pour s'adresser à ses clients et prospects. Vous installez avec vos clients une relation continue avec votre magasin, en tout temps et en tous lieux.

POINT DE DÉPART : LA CONNAISSANCE CLIENT FONDEMENT DU MARKETING MULTICANAL

Une stratégie de marketing multicanal nécessite de bien connaître vos clients et prospects. Comment réussir à déclencher des ventes ou du trafic en magasin si vous ne savez pas quel canal utiliser pour vous adresser à vos clients ? (Voir notre partie Enrichissement de base de données).

Chaque canal de diffusion a son type d'utilisateur :

- Facebook au grand public.
- Typologie d'utilisateur différente entre email et sms (n'hésitez pas à leur demander par quel canal de communication le client préfère être contacté).
- Approche différente des opérations en ville ou en grande métropole.

QUEL CANAL	POUR QUELLE COMMUNICATION	
La boutique physique	<ul style="list-style-type: none"> ■ une animation avec des opérations commerciales traditionnelles (30% 2^{ème} paire, soldes,...) ■ une animation de séduction avec des PLV et stickers vitrines ■ la théâtralisation d'une offre produit, d'un rayon, ... 	Faites entrer les clients Suscitez l'envie !
Format papier (Flyer, catalogue, mailing, presse, affichage urbain)	<ul style="list-style-type: none"> ■ vous faire connaître (nouveau magasin ou réouverture après travaux d'embellissement,...) ■ communiquer sur une promotion, ■ conquérir de nouveaux clients, ■ fêter un événement, ■ annoncer un déstockage. 	Canal de masse puissant et efficace
E-mailing	<ul style="list-style-type: none"> ■ informer vos clients (marques arrivées, nouvelle collection, braderie...), ■ attirer le client en magasin, ■ fidéliser. 	70 % des consommateurs affirment préférer communiquer par email avec leurs marques et entreprises favorites
SMS simple	<ul style="list-style-type: none"> ■ promotions, ventes privées en magasin, anniversaire de votre client, ■ tenir informé de l'avancée d'une commande, ■ rappeler un rendez-vous pour essayage, ■ solliciter votre clientèle pour répondre à une enquête de satisfaction. 	Meilleur taux de réactivité : sms généralement lu dans les 10 minutes qui suivent sa réception. Taux d'ouverture de 95%. Il faut le consentement préalable de votre client.
Message vocal	<ul style="list-style-type: none"> ■ inviter vos meilleurs clients à un événement spécial (soirée VIP, anniversaire magasin, réouverture après travaux), ■ informer sur la disponibilité d'un produit, d'une marque, ■ remercier d'avoir participé à une enquête de satisfaction. 	Laisser sur le répondeur de vos clients, sans que la sonnerie du téléphone sonne, le message vocal est un moyen efficace et discret de solliciter vos clients. Il permet de nouer un lien beaucoup plus intimiste et humain avec vos clients.

RECOMMANDATIONS POUR OPTIMISER VOS CAMPAGNES

Flyer : objectifs conquête et trafic	Dans le cadre d'un catalogue fournisseur, vous pouvez cibler finement votre distribution en boîtes aux lettres (Types d'habitat, données sociodémographiques, critères comportementaux...), afin d'adresser le message le plus pertinent aux consommateurs les plus réceptifs et d'optimiser les coûts de votre opération. Pas de ciblage pour les destockages et liquidations.
Presse	Les parutions dans un quotidien régional, pour des raisons de coût souvent plus élevé que les autres canaux, sont à réserver pour des opérations de plus grande envergure comme une liquidation avant travaux, un destockage massif, anniversaire magasin.
E-mailing	Privilégiez des envois qualifiés : <ul style="list-style-type: none"> ■ Procédez à un bon ciblage grâce à votre base de données, ■ Personnalisez vos textes pour un meilleur taux d'engagement de la part de vos lecteurs. 6 astuces : <ul style="list-style-type: none"> ■ Suggérez aux clients qu'il manque une offre : "Ne manquez pas..." ■ Laissez travailler son imagination : "Et si on vous offrait une remise ?" ■ Mettez en avant l'urgence du message : "Plus que 5 jours pour..." ■ Mettez en avant les bénéfices de l'offre : "Économisez 30% sur votre prochain achat" ■ Évitez les termes spams comme : gratuit, promo, urgent, gagnez, 100%... ■ Évitez d'écrire uniquement en majuscule et d'entrecouper les mots avec des points. (P.F.O.M.O)
SMS simple	À utiliser avec parcimonie pour ne pas spammer vos clients et être trop intrusif. 5 astuces : <ul style="list-style-type: none"> ■ Choisissez le moment idéal L'envoi est interdit entre 20h et 8h ainsi que les dimanches et jours fériés. Il est conseillé de l'envoyer entre 12h et 14h ou en fin de journée. Pas trop souvent sinon ils perdront de leur pertinence et de leur efficacité. ■ Faites savoir qui vous êtes Personnalisez l'expéditeur du message : vos clients sauront qui vous êtes sans même avoir à ouvrir leur sms. Rappelez tout de même le nom de votre boutique directement dans le message. ■ Ajoutez des « Call to action » Invitez-les à venir en magasin de manière à ce qu'ils profitent d'une réduction supplémentaire ! ■ Ajoutez un lien au sms Vous pouvez ajouter un lien court directement dans un sms promotionnel. Ainsi les destinataires n'ont qu'à cliquer dessus et accéder au coupon de réduction, site internet, boutique en ligne, lien page Facebook,... ■ Ecrivez un message de qualité Des phrases courtes et simples qui vont droit au but : notez votre nom, adresse et les dates de l'opération et précisez les offres que vous faites. Mettez en valeur votre offre spéciale en majuscule.
Message vocal	Moyen de communication ENCORE assez peu utilisé, ce qui vous permettra de vous démarquer de vos concurrents. Idéal pour des remerciements, vœux, invitation à un évènement.

L'ENJEU PRINCIPAL : ÉVITER DE LASSER LE CLIENT

- Variez le type de contenu et les opérations marketing et multipliez les bonnes raisons (originales et innovantes) de se rendre en boutique (voir nos opérations : made in France, ventes groupées, santé du pied, sélection pour elle,...). **Maintenez l'intérêt de vos clients pour votre magasin.**

Nos partenaires :



SMS



Distribution



Emailing



PUBLICITÉ :

Toute publicité effectuée hors du lieu de vente, c'est-à-dire à l'extérieur du magasin ou visible de l'extérieur du magasin, ou sur des sites Internet non marchands doit préciser :

- l'importance de la réduction soit en valeur absolue, soit en pourcentage par rapport au prix de référence.
- les produits, services ou les catégories de produits concernés.
- la période pendant laquelle le produit ou le service est offert à prix réduit.

Remarque : l'indication de la période peut être remplacée par la date de début de l'opération accompagnée de l'importance des quantités mises en vente ou de la mention "jusqu'à épuisement des stocks". Dans ce cas, la publicité doit cesser lorsque les stocks sont épuisés.

Aucune durée n'est imposée pour limiter les opérations d'annonces de réduction de prix. Cependant, par définition, ces opérations doivent rester marginales au regard des périodes de vente normales.



En résumé pour l'annonce de réduction de prix soit :

- Date de début et date de fin.
- Date de début et quantité proposée avec la mention « dans la limite des stocks et des pointures disponibles »
- Date de début et « jusqu'à épuisement des stocks ».

L'ÉTIQUETAGE :

Le marquage ou l'affichage des prix à l'intérieur d'un magasin ou sur un site Internet marchand doivent faire **apparaître à la fois le prix réduit annoncé et le prix de référence** (Prix barré).

Si la réduction de prix est d'un taux uniforme et se rapporte à des produits ou services parfaitement identifiés, elle peut être effectuée par escompte en caisse. Dans ce cas, dans la publicité l'indication du prix réduit n'est pas obligatoire, l'avantage annoncé s'entendant par rapport au prix de référence.

Exemples d'annonces :

20 % sur tous les produits plein été. Remise faite en caisse

30 % sur tout le rayon enfant. Remise faite en caisse.



En résumé :

- Soit taux unique de remise : la réduction peut être faite par escompte en caisse.
 - Soit « Jusqu'à ...% de réduction » :
- ❶ la DGCCRF considère que tous les rabais annoncés doivent être présentés en quantité équivalente (autant de produits à -50% qu'à -40% ou qu'à -30%...)
 - ❷ or pour le JDP* la conjonction « jusqu'à x% » exprime que l'offre n'est pas uniformément de « x% » : c'est par définition un maximum et il y a forcément des articles proposés à un prix moins ristourné.

*JDP = Jury de Déontologie Publicitaire, instance qui vient renforcer la régulation professionnelle de la publicité.

DÉTERMINATION DU PRIX DE RÉFÉRENCE :

Avant le 28 mai 2022 : Le prix de référence, à partir duquel est calculée l'annonce de réduction de prix, est librement déterminé par l'annonceur. En tout état de cause, l'annonceur doit pouvoir justifier de sa réalité et de sa loyauté.



DEPUIS LE 22 MAI 2022, NOUVEAU RÉGIME APPLICABLE :

L'ordonnance du 22 décembre 2021 introduit un nouvel article L.112-1-1 dans le Code de la consommation en reprenant l'ancienne définition du prix de référence. Le nouvel article L. 112-1-1 du Code de la consommation dispose que le prix de référence devra correspondre au prix **le plus bas pratiqué à l'égard de tous les consommateurs au cours des trente derniers jours précédant la réduction**.

Le retour à ce mode de détermination du prix de référence conduira notamment à **espacer les offres promotionnelles d'un mois pour établir un prix de référence avant de procéder de nouveau à une offre commerciale**.

Une vigilance accrue devra avoir lieu pendant les périodes qui précèdent les soldes ou les opérations promotionnelles (Black Friday, French Days) afin de tenir compte dans les annonces de réduction de prix des offres promotionnelles qui avaient été accordées les jours avant ces opérations.

Important conserver une preuve du prix de référence. Vous serez amenés, en cas de contrôle de l'administration ou de contestations de consommateurs, à démontrer la réalité du prix fondant la réduction. La preuve pourra être une note, un bordereau, un bon de commande, un ticket de caisse ou tout autre document permettant de rapporter la preuve de la réalité du prix.

INTERDICTION DE VENTE À PERTE :

La revente à perte est une pratique commerciale interdite. Il y a revente à perte lorsque le magasin revend un produit en dessous de son prix d'achat effectif.

Quelques exceptions :

Soldes/liquidations/produits saisonniers/produits démodés (dépassés, obsolètes), produits périssables



Calcul du seuil de revente à perte (prix d'achat effectif) :

Prix figurant sur la facture d'achat	⊖	Rabais et remises consentis par le vendeur
	+	TVA
	+	Prix du transport
	=	Prix d'achat effectif

Sanctions :

Les manquements aux dispositions relatives à la revente à perte sont des délits punis d'une amende de 75000 euros maximum pour la personne physique et de 375 000 euros maximum pour la personne morale. Cette amende peut être portée à la moitié des dépenses de publicité dans le cas où une annonce publicitaire, quel qu'en soit le support, fait état d'un prix inférieur au prix d'achat effectif.

LES SOLDES :

LOI PACTE : depuis le 1^{er} janvier 2020 les soldes durent 4 semaines.

L'objectif des soldes est de permettre l'écoulement des stocks invendus. Aussi les produits soldés doivent avoir été proposés à la vente et payés depuis au moins **1 mois avant le début des soldes**.

Pour les dates, elles démarrent (sauf cas dérogatoires comme pour les départements frontaliers notamment) :

Le deuxième mercredi du mois de janvier à 8 heures du matin pour les **soldes d'hiver**. Cette date est avancée au 1^{er} mercredi du mois de janvier lorsque le 2^{ème} mercredi intervient après le 12 du mois.

Le dernier mercredi du mois de juin à 8 heures du matin pour les **soldes d'été**. Cette date est avancée à l'avant-dernier mercredi du mois de juin lorsque le dernier mercredi intervient après le 28 du mois.

En dehors des périodes de Soldes, ne JAMAIS utiliser le mot « soldes »

A proscrire :

Les soldes avant les soldes, Soldes privées, Faites les soldes avant les autres

Les limitations de garanties sur les soldes sont illégales

Un article soldé bénéficie des mêmes garanties en matière de défauts de fabrication non apparents que tout autre article.

- En cas de vice caché, le commerçant est tenu de remplacer ou de rembourser l'article.
- En l'absence de vice caché, le commerçant n'est pas tenu juridiquement de procéder à l'échange ou au remboursement, mais il peut le faire à titre purement commercial.

Vous devez respecter les règles d'affichage du prix des produits soldés.

Le prix de référence et le nouveau prix doivent être indiqués sur les étiquettes des produits soldés. A minima, vous pouvez seulement indiquer le pourcentage de réduction consenti. Pour un article soldé, la réduction consentie peut aller jusqu'à la vente à perte.

Sanction :

Des soldes sur des marchandises détenues depuis moins d'un mois à la date de début de la période de soldes est passible d'une amende de 15000€ pour une personne physique ou de 75000€ pour une personne morale.

LES VENTES PRIVÉES :

Peu importe l'expression utilisée « ventes privées », « avant premières », ... ces ventes sont réservées à :

- Un nombre limité d'invités (fichier client par exemple).
- Des invitations nominatives.
- Des restrictions effectives (ex : sur présentation d'un sms en magasin).

Les ventes privées ou offres privilèges ne doivent pas être appelées « soldes ».

LES DESTOCKAGES :

En dehors des périodes de soldes, tout commerçant peut procéder, **à tout moment** dans l'année, à un écoulement accéléré de ses stocks. Il n'y a pas de règle en matière de fréquence ou de durée. Ces opérations doivent rester marginales au regard des périodes de ventes normales. Il n'est pas soumis à autorisation. Il peut concerner la totalité ou une partie seulement des marchandises. Dans ce dernier cas, il convient de le préciser sur la publicité (X% sur articles signalés en magasin).

À RESPECTER :

- Pas de vente à perte – pas de réapprovisionnement sur la période.
- Ne pas utiliser le mot soldes ou liquidation.
- Le stock disponible doit être suffisant au regard de la publicité faite.

COMMENT L'ANNONCER :

DESTOCKAGE + date de début/date de fin + quantités offertes + dans la limite des stocks ou pointures disponibles.

Exemple : GRAND DESTOCKAGE DE PRINTEMPS à partir du xx/xx/xxxx + de 3000 paires de chaussures pour homme/femme/enfant doivent disparaître !

Un déstockage peut valablement être pratiqué au cours du mois précédent la date de début des soldes. Toutefois, cette pratique oblige le commerçant soit à :

- garder la dénomination de déstockage (pendant les soldes) mais SANS vente à perte.
- basculer en soldes mais repartir comme prix de référence sur le dernier prix pratiqué le mois précédent les soldes donc le prix en déstockage.

Les ventes accompagnées ou précédées de publicité et annoncées comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock qui se déroulent en dehors de périodes de soldes ne sont donc plus requalifiables de soldes hors périodes.

LES LIQUIDATIONS :

Une liquidation doit répondre à un des motifs ci-dessous :

- Cessation / changement d'activité.
- Suspension saisonnière.
- Modification substantielle des conditions d'exploitation.

Durée : **2 mois maximum**

Vente à perte : autorisée

La liquidation fait l'objet d'une déclaration en **Mairie** (et non plus en Préfecture depuis 2014) **au moins 2 mois avant la date prévue.**

- par lettre recommandée avec AR
- cerfa N°14809*01
- toute pièce justifiant du motif de la demande (devis en cas de prévision de travaux).
- un inventaire détaillé des marchandises concernées par l'opération (nature et dénomination précise des articles, quantité, prix de vente, prix d'achat moyen hors taxe (les produits dont le prix de vente est inférieur à 5 € peuvent être décrits par lots homogènes). Seules les marchandises inscrites à l'inventaire peuvent faire l'objet d'une vente en liquidation.

BON À SAVOIR :

Une liquidation ne peut-être effectuée que si le récépissé de déclaration a été délivré. Le récépissé de déclaration est délivré par le maire dans un délai maximum de quinze jours lorsque le dossier est complet (dès réception du dossier complet en cas de survenance d'un fait imprévisible).

Si le dossier est incomplet, le maire notifie à l'intéressé la liste des pièces manquantes dans un délai de sept jours à compter de la réception de la déclaration. Le déclarant dispose également d'un délai de sept jours, à compter de la réception de la notification des pièces manquantes, pour compléter son dossier.



Une copie du récépissé de déclaration doit être affichée sur le lieu de vente, pendant toute la durée de la liquidation, de manière à être lisible et visible depuis la voie publique.

COMMENT UNE VENTE EN LIQUIDATION PEUT-ELLE ÊTRE REPORTÉE ? :

Le report dans un délai de deux mois maximum de la date de la vente en liquidation implique l'information du maire, par lettre recommandée avec avis de réception. La copie de cette lettre doit être affichée au côté de la copie du récépissé de déclaration du dossier initial. Dans le cas où ce report serait supérieur à deux mois, le déclarant doit déposer une nouvelle déclaration.

Par ailleurs, dès que le déclarant a connaissance d'une modification de l'événement motivant la liquidation, il doit en informer le maire par lettre recommandée avec avis de réception.

En outre, lorsque la liquidation n'est pas intervenue dans les six mois qui suivent la déclaration, le déclarant est tenu d'en informer le maire.

Obligations : La publicité relative à une vente en liquidation ne peut porter que sur les produits inscrits à l'inventaire. Elle doit mentionner la date du récépissé de déclaration ainsi que la nature des marchandises sur lesquelles porte l'opération si celle-ci ne concerne pas la totalité des produits de l'établissement.

CADEAU CLIENTÈLE OU VENTE AVEC PRIME :

Lorsque vous effectuez une vente d'un bien ou d'un service et qu'à cette occasion vous remettez gratuitement un cadeau au consommateur, cette pratique commerciale est appelée vente avec prime. Attention, la vente avec prime est interdite lorsqu'elle constitue une pratique commerciale déloyale. Afin de prévenir les pratiques commerciales déloyales, cette technique de vente est strictement encadrée par le Code de la consommation (article L.121-1).

POUR QU'IL Y AIT PRIME, IL FAUT :

- au préalable l'achat d'un produit ou d'un service : les cadeaux attribués indépendamment de toute vente ne sont donc pas considérés comme prime.
- qu'elle soit gratuite : les achats permettant d'avoir des remises et tarifs promotionnels ne constituent pas des ventes avec primes.

Dans le cas où ces primes sont constituées d'objets distribués dans le but de satisfaire à des exigences environnementales, ils doivent être entièrement recyclables, qu'il s'agisse de carton recyclable ignifugé ou d'encre alimentaire.

UNE PRATIQUE EST DÉLOYALE SI :

- elle est contraire à la diligence professionnelle, c'est-à-dire aux attentes légitimes du consommateur vis-à-vis du professionnel.
- elle altère ou est de nature à altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé à l'égard du bien ou du service concerné.

Une prime ne peut pas excéder le seuil de revente à perte.

Le cadeau ne doit pas être soumis à un acte d'achat préalable, gratuité absolue.

L'utilisation des termes « gratuit » « offert » « cadeaux »,... implique que le client n'ait absolument rien à payer pour obtenir ce « cadeau ».

Sanctions :

Est puni d'une amende de 15 000 € pour les personnes physiques et de 75 000 € pour les personnes morales, le fait de procéder à une liquidation sans la déclaration préalable mentionnée à l'article L. 310-1 du Code de commerce ou en méconnaissance des conditions prévues à cet article.

Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), mis en place depuis 2018, vise à augmenter la protection des utilisateurs en matière de données personnelles ainsi que leurs accès à celles-ci.

LA COLLECTE DE DONNÉES PERSONNELLES, DANS LE CADRE DE LA FIDÉLITÉ CLIENT EST TRÈS RÈGLEMENTÉE :

Offrir à vos clients la maîtrise de leurs données personnelles constitue un gage de qualité et de confiance envers votre enseigne, notamment s'ils comprennent que vous respectez leurs choix et ne les sollicitez que lorsqu'ils le désirent.

QUELQUES RÈGLES DE BASE (LISTE NON EXHAUSTIVE) À LA CONFORMITÉ AU RGPD :

Consentement	■ La personne concernée a consenti au traitement de ses données à caractère personnel pour une ou plusieurs finalités spécifiques.
Finalité du traitement	■ Expliquer à quoi vont vous servir ces données (offres du magasin, informations sur le magasin,...).
Minimisation des données	■ Ne pas collecter de données inutiles à votre fidélité client, rester toujours en rapport avec votre activité, pas de données sensibles.
Conservation limitée des données	■ Elles sont à supprimer à partir d'un certain temps sans utilisation. Suppression des informations en cas d'inactivité prolongée de vos clients (3 ans à compter de la fin de la relation commerciale).
Obligation de sécurité	■ Vous nommez un responsable au sein de votre entreprise et conservez vos données de manière sécurisée.
Transparence et droits des personnes	■ Accès à tout moment par le client à ses données personnelles, droit de modification et de suppression. Sur les formulaires de collecte, le droit d'opposition peut se matérialiser par une case à cocher.
Historique	■ Vous devez, à tout moment, être en mesure de donner un historique sur votre fiche client, il est donc nécessaire de tenir un registre des activités de traitement des données.

La collecte et le traitement des données personnelles est un sujet très encadré juridiquement c'est pourquoi il ne faut pas hésiter également à vous rapprocher de votre prestataire logiciel de caisse qui a probablement mis en place une application fidélité client avec, pour votre point de vente, une gestion du RGPD.

Enfin, pour donner un cadre juridique complet à votre fidélité client, vous pouvez dès à présent avancer dans la constitution d'un fichier client avec le programme de fidélité proposé par le prestataire Avomark.

Bonne pratique : soyez réactifs !

Bien traiter les demandes des consommateurs quant à leurs données personnelles, c'est :

- renforcer la confiance qui sécurise la relation-client.
- vous mettre à l'abri de critiques sur les réseaux sociaux, ou de plaintes auprès de la CNIL.

Pour une mise en conformité RGPD de votre entreprise se référer à :

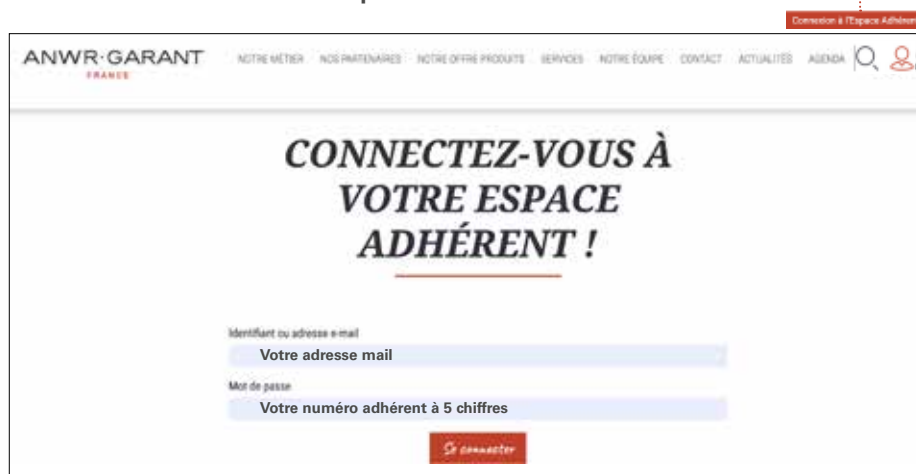
<https://www.cnil.fr/fr/rgpd-par-ou-commencer>

<https://www.cnil.fr/fr/rgpd-passer-a-laction>

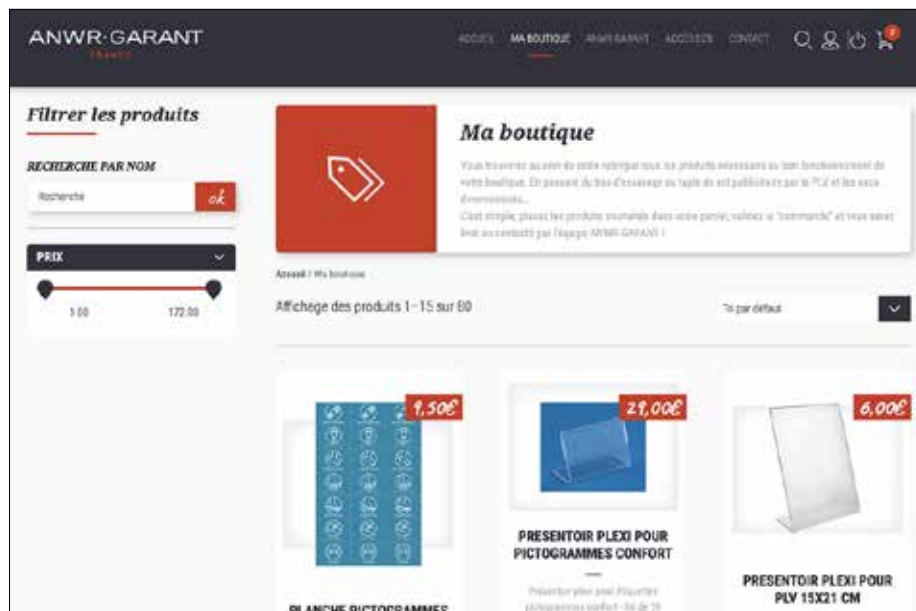
1. Rendez-vous sur www.anwr-garant.fr




2. Connectez-vous à votre espace adhérent



3. Cliquez sur MA BOUTIQUE et placez les produits souhaités dans votre panier



4. Validez la commande et vous serez livré ou contacté par l'équipe anwr-garant

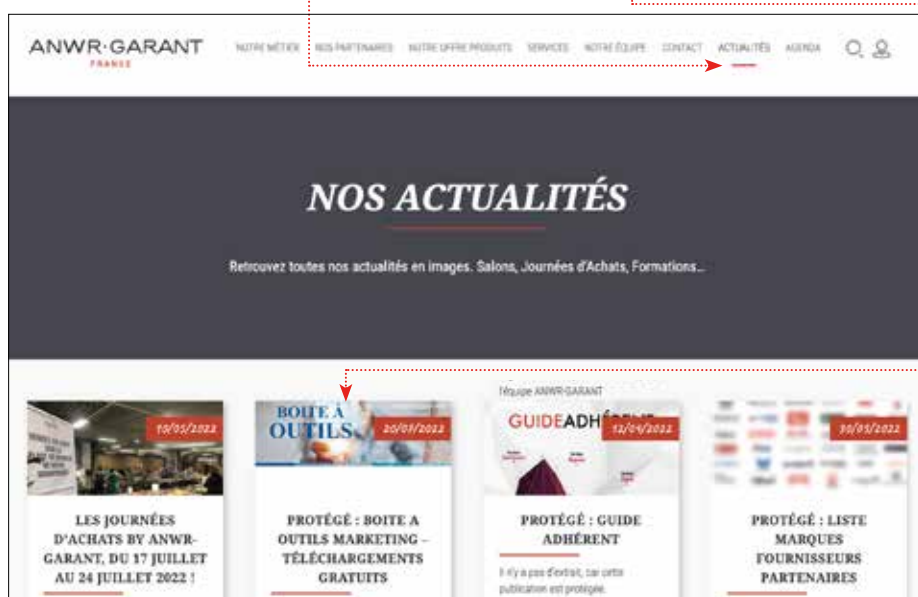
 Ce que l'on peut commander sur le site rubrique « ma boutique » :

- tout le matériel point de vente en stock
- la sacherie sur stock permanent
- des PLV en stock et en pré-commande

1. Rendez-vous sur www.anwr-garant.fr



2. Cliquez sur ACTUALITÉS puis BOITE À OUTILS MARKETING



3. Connectez-vous avec le mot de passe : anwr94



4. Déroulez la liste et téléchargez gratuitement les visuels et formats qui vous intéressent





↓ Ce que l'on peut télécharger gratuitement dans la boite à outils marketing :

- de nombreux visuels de PLV
- des formats pour votre imprimeur
- des formats pour votre photocopieur
- des formats pour les réseaux sociaux :   

	OBJECTIF	THÈME	PAGE	TEXTE
1 sms	INFORMATIONNEL INFORMATIONNEL	NOUVELLE COLLECTION NOUVEAUTES	8	<ul style="list-style-type: none"> ■ La nouvelle collection est disponible dans votre magasin Chaussures xxx xxx : venez découvrir les nouveautés Rieker, Tamaris... ■ Les Nouvelles Collections sont arrivées en magasin ! Profitez de nos conseils pour trouver les chaussures idéales. A très bientôt, chez Chaussures xxx xxxx
2 sms	INFORMATIONNEL/TRAFFIC	RENTREE DES CLASSES	10	<ul style="list-style-type: none"> ■ C'est la rentrée ! Equipez votre enfant avec une chaussure adaptée à son pied : confort, style et durabilité assurés avec notre sélection xxxx
3 sms	FIDÉLISATION	VŒUX	11	<ul style="list-style-type: none"> ■ ★ MEILLEURS VŒUX ★ En 2023, offrez-vous la qualité et le confort chez Chaussures xxx, expert mode/confort/Mephisto/Geox depuis xxxx; A très bientôt !
4 sms	TRAFFIC	FÊTE DES MÈRES/PÈRES	12	<ul style="list-style-type: none"> ■ J-5 avant la fête des mères. Surprenez la et offrez lui la chaussure de son choix grâce à notre carte cadeau. En vente dans votre magasin xx
5 sms	BOOSTEUR RAYON/TRAFFIC	COUP DE CŒUR	13	<ul style="list-style-type: none"> ■ COUP DE CŒUR assuré avec notre sélection de chaussures tendances/confort/... Profitez de l'offre jusqu'à samedi soir seulement ! Cond en Mag. Votre boutique Chaussures xxx.
	BOOSTEUR RAYON/TRAFFIC	BON PLAN	13	<ul style="list-style-type: none"> ■ Remises Exceptionnelles sur une sélection chaussures de marques. Attention : Quantités limitées et jusqu'à samedi seulement ! RDV chez votre chausseur xxx xxx.
6 sms	IMAGE/NOTORIÉTÉ	SÉLECTION PRODUITS	14	<ul style="list-style-type: none"> ■ Matières naturelles & fabrication durable : Découvrez notre sélection de chaussures "Produits Verts". Demandez conseil à votre chausseur xxx xxx.
	IMAGE/NOTORIÉTÉ	MADE IN FRANCE	14	<ul style="list-style-type: none"> ■ Découvrez en boutique notre Sélection MADE IN FRANCE : qualité & élégance au rdv ! Votre chausseur engagé xxx xxxx.
	BOOSTEUR RAYON/TRAFFIC	SÉLECTION POUR LUI	15	<ul style="list-style-type: none"> ■ Cette semaine l'homme est à l'honneur chez votre chausseur xxx à xxxx. Découvrez notre SÉLECTION POUR LUI en magasin et bénéficiez de conseils d'experts.
7 sms	BOOSTEUR RAYON/TRAFFIC	JUSTE POUR ELLE	15	<ul style="list-style-type: none"> ■ Une semaine de bonheur pour vous mesdames chez votre chausseur xxx à xxx avec notre SÉLECTION JUSTE POUR ELLE, des offres à découvrir viiiiite en magasin jusqu'au xxx voir cond en mag.

OBJECTIF	THÈME	PAGE	TEXTE
	BOOSTEUR RAYON/TRAFIC MERCRI PÈRE NOËL	15	<ul style="list-style-type: none"> ■ Noël approche, trouvez LA bonne idée cadeaux chez votre chausseur xxx xxx : élégance, cocooning, confort mais aussi cartes cadeaux !. ■ Besoin de pantouffles à placer sous le sapin ? Trouver le bon modèle confortable chez votre chausseur xxx xxx;
	BOOSTEUR RAYON/TRAFIC SANTÉ & BIEN-ÊTRE DU PIED	16	<ul style="list-style-type: none"> ■ Santé et Bien-être du pied : faites confiance à votre chausseur xxx xxx et bénéficiez de conseils personnalisés. Offrez-vous LA chaussure adaptée parmi de grandes marques : MEPHISTO,
	TRAFIC/NOTORIÉTÉ ANNIVERSAIRE MAGASIN	18	<ul style="list-style-type: none"> ■ Chaussures xxx xxx fête son anniversaire ! A cette occasion nous vous offrons -15% sur tout le magasin jusqu'au xx xxx. Cond en mag. A très vite !.
	INFORMATIONNEL TRAVAUX	19	<ul style="list-style-type: none"> ■ Votre boutique Chaussures xxx xxx se refait une beauté ! Nous serons exceptionnellement fermée du xxx au xxxx. Prenez soin de vous et à bientôt !
	INFORMATIONNEL/TRAFIC RÉOUVERTURE	19	<ul style="list-style-type: none"> ■ Toute l'équipe est heureuse de vous accueillir à nouveau chez Chaussures xxx xxx. Plus de choix, de nouvelles marques, ... Et - 10€ ! Cond en mag.
	INFORMATIONNEL RÉOUVERTURE	19	<ul style="list-style-type: none"> ■ Toute l'équipe est heureuse de vous accueillir dans son tout nouveau magasin ! Retrouvez chez Chaussures xxx xxx de nouvelles marques : xxx xxx xxx.
	TRAFIC DESTOCKAGE	21	<ul style="list-style-type: none"> ■ GRAND DESTOCKAGE DE PRINTEMPS ! Des milliers de chaussures Homme Femme Enfant à PRIX MINI. Quantités limitées ! RDV chez Chaussures xxx à xxx, jusqu'au xxx;
	TRAFIC LIQUIDATION	21	<ul style="list-style-type: none"> ■ ! LIQUIDATION TOTALE de votre boutique xxxx xxxx ! Chaussures homme/femme/enfant à prix sacrifiés, jusqu'au xxx xxx.
	TRAFIC SOLDES	23	<ul style="list-style-type: none"> ■ SOLDES, c'est parti ! Offrez-vous les grandes marques à prix réduits. RDV chez Chaussures xxx xxx.
	TRAFIC NOUVELLE DÉMARQUE	23	<ul style="list-style-type: none"> ■ SOLDES -10% supp chez Chaussures XXX XXX. Dernière chance pour profiter de remises sur les plus grandes marques :

OBJECTIF	THÈME	PAGE	TEXTE
 14	TRAFIC	24	<ul style="list-style-type: none"> ■ Offre RENTREE : Profitez de -10€ dès 50€ d'achats rayon enfant-junior chez votre Chaussure conseil xxx xxxx. Cond en mag. ■ Offre RENTREE : - 15% sur tout le rayon enfant-junior jusqu'au xxx xxx dans votre boutique Chaussures xxx xxxx. Cond en mag.
 15	TRAFIC	25	<ul style="list-style-type: none"> ■ N'hésitez plus ! -30% sur la 2^{ème} paire de chaussures achetées. Cond en Mag. RDV jusqu'au samedi xx xxxx chez chaussures xxx. ■ OFFRE SPECIALE dès 2 articles achetés Plus besoin d'hésiter! RDV jusqu'à xxxx chez Chaussures xxx xxx. Cond en mag.
 16	TRAFIC	27	<ul style="list-style-type: none"> ■ JOURS EN FOLIE : top départ ! Jusqu'à - XX% dans votre boutique chaussures xxx xxx jusqu'à samedi. Quantités Limitées, faites vite !
 17	TRAFIC	28	<ul style="list-style-type: none"> ■ BLACK FRIDAY Chaussures xxx à xxx : Profitez de -20% sur TOUT LE MAGASIN (ou SUR UNE SELECTION D'ARTICLES EN MAGASIN) jusqu'à samedi seulement ! Cond en mag.
 18	FIDÉLISATION/TRAFIC	29	<ul style="list-style-type: none"> ■ VENTES PRIVÉES Chaussures xxx à xxx : Profitez de -20% sur TOUT LE MAGASIN (ou SUR UNE SELECTION D'ARTICLES EN MAGASIN) sur présentation de ce SMS. Cond en mag.
 19	FIDÉLISATION	35	<ul style="list-style-type: none"> ■ Profitez de votre Cagnotte Fidélité Chaussures xxx xxx. Une remise à déduire dès votre prochain achat. A bientôt ! Cond en mag.
 20	FIDÉLISATION	34	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mme xxx, votre avis est important pour nous ! Nous vous demandons quelques minutes pour répondre à notre enquête... merci et à bientôt chez Chaussures xxx xxx.
 21	FIDÉLISATION	35	<ul style="list-style-type: none"> ■ Merci pour votre achat Mme xxx ! Profitez de -5% sur votre prochain achat en présentant ce SMS. À bientôt chez xxx xxxx.

OBJECTIF	THÈME	PAGE	TEXTE	
 22	FIDÉLISATION	RELANCE CLIENT INACTIF	35	<ul style="list-style-type: none"> ■ Vous nous manquez Mme xxx ! Bénéficiez de -10€ sur votre prochain achat sur présentation de ce SMS. Offre valable 1 mois dès 75€ d'achat chez Chaussures xxx xxx.
 23	FIDÉLISATION CONSIDÉRATION	ANNIVERSAIRE CLIENT FÊTE CLIENT	35	<ul style="list-style-type: none"> ■ Joyeux Anniversaire Mme xxx ! Sur présentation de ce SMS, Profitez de -10€ sur votre prochain achat chez Chaussures xxx xxx. Offre valable 2 semaines. Cond en mag ■ Bonne fête Mme xxx ! Sur présentation de ce SMS, profitez de -10% sur votre prochain achat chez Chaussures xxx xxx. Offre valable 10 jours. Cond en mag.
 24	FIDÉLISATION	VIP	35	<ul style="list-style-type: none"> ■ Merci pour votre fidélité Mme xxx ! Profitez de votre JOURNÉE PRIVILEGE le xx/xx : 15€ de remise dès 89€ d'achat. Cond en mag. RDV chez Chaussures xxx/xxxx.
 25	INFORMATIONNEL	TITRES CADEAUX	40	<ul style="list-style-type: none"> ■ Votre boutique Chaussures xxx xxx accepte les titres cadeaux Cadhoc, Tir Groupé & Kadéos. Offrez-vous les chaussures de vos rêves !
 26	INFORMATIONNEL	RAPPEL DE RDV		<ul style="list-style-type: none"> ■ Bonjour Mme xxx, nous vous rappelons votre RDV du xx/xx avec xxx pour conseils et essayage dans notre boutique Chaussures xxx xxx.
 27	INFORMATIONNEL	RAPPEL DE COMMANDE		<ul style="list-style-type: none"> ■ Bonne nouvelle ! La paire de chaussures Mephisto que vous attendiez est maintenant disponible dans votre magasin xxx à xxxxx.
 28	TRAFIC	CARTE CADEAU	45	<ul style="list-style-type: none"> ■ En panne d'idées ? Pensez à la CARTE CADEAU Chaussures xxx xxx. Disponible immédiatement et du montant de votre choix, RDV en boutique !
 29	INFORMATIONNEL	OUVERTURES SPÉCIALES	35	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bientôt NOEL ! Votre boutique Chaussures xxxxx sera ouverte les dimanches x,xx et xx pour votre shopping cadeaux. Au plaisir de vous conseiller prochainement !

OBJET : Questionnaire de satisfaction, exprimez-vous après votre achat et aidez-nous à nous améliorer et à mieux vous connaître.

Comment avez-vous connu notre magasin ?

- Par hasard
- Proche de votre domicile
- Sur votre trajet journalier habituel
- Par un(e) ami(e)
- Par une publicité

Comment avez-vous trouvé notre accueil en magasin ?

- Agréable
- Très agréable
- À améliorer

Avez-vous été satisfait(e) du service de conseil qui vous a été apporté ?

- Satisfaite
- Très satisfaite
- À améliorer

A propos de votre visite en magasin ?

suite à votre achat, quelle est la probabilité que vous recommandiez notre magasin à un(e) ami(e) ?

Note de 1 à 10 de peu probable à très probable

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Globalement, quelle note attribuez-vous à la qualité de nos produits ?

- Très bonne
- Conforme à mes attentes
- Je recommande

Je n'ai rien trouvé à acheter pour la raison suivante

- Pas de coup de cœur pour un modèle
- Pointure ou coloris manquants
- Autre (à préciser)

Vous êtes plutôt :

- Chaussure plate
- Chaussure à talon
- Basket de ville
- Chaussant difficile, confort

Avez-vous une marque préférée, si oui laquelle ?.....

Acceptez-vous de nous communiquer votre année de naissance ?.....

Merci et à très bientôt dans notre magasin

ÉQUIPE MARKETING & DIGITAL



Aurelie Barbarowicz
Responsable Marketing et Digital

Tél. 06 08 80 34 52
aurelie.barbarowicz@anwr-garant.fr



Bénédicte Rochard
Assistante Marketing

Tél. 01 41 62 11 31
benedicte.rochard@anwr-garant.fr



Ilona Fofana
Chargée de Marketing et Communication digitale

Tél. 01 41 62 11 56
ilona.fofana@anwr-garant.fr



Judith Geretti
Responsable du Studio interne

Tél. 01 41 62 11 33
judith.geretti@anwr-garant.fr



ANWR-GARANT

FRANCE

6-8 rue André Voguet - 94200 Ivry-sur-Seine
Tél. : 01 41 62 11 30 - france@anwr-garant.fr - www.anwr-garant.fr