



Communiquez partout, juste là où sont vos clients.

Le support

Sous forme imprimée :

Chéquier avec coupons détachables.

Sous forme numérique :

Click & print (coupon web) et sur téléphone mobile (dématérialisé).

Le format

Un encart publicitaire avec plusieurs offres de réductions.

La cible

- **Population étudiante** (16-25 ans) :

Programme Fun Pass.

- **Touristes estivaliers** :

Programme Summer Pass.

- **Autres programmes personnalisés**



Les objectifs

- Augmentation du chiffre d'affaires
- Promotion et fidélisation
- Analyse des retours

Les chiffres clés :

*source : Stratégies n°1420 du 29/06/2006

30 fois plus de retours
qu'une distribution de flyers ordinaire

(2 à 3% contre
1 à 2 pour 1000)

61%

des français utilisent des coupons

70% à 80%

de taux moyens de remontée dans
le cadre d'animation en magasin

15% à 20%

taux moyen de
remontée sur internet

6,5 milliards

de coupons émis
en France en 2006



Les solutions

- **Diffusion de coupons**

100 000 exemplaires de cartes de réduction avec coupons détachables contenant plusieurs annonceurs, diffusés 4 fois dans l'année sur des sites ciblés.



- **e-Coupon Click&Print : Fun-Pass.fr**

Mise en ligne de coupons de réduction imprimables par l'utilisateur et localisables sur plan. Campagne de e-mailing.

- **m-Coupon Bluetooth**

1. Envoi de coupons par SMS, bluetooth, codes 2D, tags et sites internet.
2. Mise en place d'un site internet mobile.
3. Vérification du coupon en magasin et suivi via interface extranet.



Code 2D



les références : Pathe - Gaumont, Mac Donald's, Domino's Pizza, Central Form, Saga, NEK, Laser Megazone