

PROMOTION OPTIMIZER[®]

**MESURER L'IMPACT DES
DISPOSITIFS PROMOTIONNELS**

EN QUANTIFIANT, AUPRÈS DES BÉNÉFICIAIRES,



LA PART DE VENTES INCRÉMENTALES

« A-T-ON GÉNÉRÉ DES VENTES QUI N'AURAIENT PAS EU LIEU SANS LA PROMOTION ? »

**DONT % DE RECRUTEMENT PUR ET
DE RECRUTEMENT À LA
CONCURRENCE**

LA PART DE VENTES CANNIBALISÉES

« A-T-ON PERMIS À DES CLIENTS DE PAYER MOINS CHÈRE UNE OFFRE QU'ILS AURAIENT DE TOUTE FAÇON ACHETÉE ? »

**DONT % DU PUR EFFET D'AUBAINE,
DE L'ANTICIPATION TEMPOREL ET
DE LA MONTÉE EN GAMME**

ET COMPRENDRE LES DÉCISIONS D'ACHAT

**AU FINAL IDENTIFIER LES POINTS
FORTS ET FAIBLES DE L'OPÉRATION
POUR L'OPTIMISER POUR LA SUITE**

CONDITIONS DE REALISATION

**Accès au fichier
des bénéficiaires de la promotion**

**Une taille de fichier d'un minimum de
5000 bénéficiaires et qualifié sur des
variables pertinentes de l'offre (date
d'achat, montant,...) pour la
représentativité de l'échantillon
et/ou l'analyse.**

A partir de 7 000€ HT

VOS CONTACTS

AURÉLIE MOHORCIC

CO-DIRECTRICE DU DÉPARTEMENT RETAIL & LEISURE

AURELIE.MOHORCIC@CSA.EU

& VIRGINIE GARIN

DIRECTRICE DU DÉPARTEMENT SERVICES & INDUSTRY

VIRGINIE.GARIN@CSA.EU