

<http://www.publiciteneews.fr/2008/01/03/acheter-des-bons-de-reduction-sur-le-net/>

SOUSCRIRE AUX...

ARTICLES

COMMENTAIRES

Publiciteneews.fr

Décryptage des nouvelles relations publicitaires

Entrez votre recherche ici...



WWW WHO WHAT WHY?

Je suis Sébastien Camusot, passionné par les médias, par le E-Commerce. Je suis curieux du monde qui nous entoure et à l'affût de l'actualité. Chef de E-publicité chez Vivelpub depuis Septembre 2007, je partage mon expérience et ma veille sur les nouvelles relations publicitaire.

AJOUTER VOS COMMENTAIRES AUDIO & VIDEO

Nouveauté sur Publiciteneews ajouter vos commentaires audio et video pour rendre plus interactive votre vision de la pub !!! Publiciteneews évolue vers un nouveau design qui apportera encore plus d'interactivité...

ACCUEIL A PROPOS

PARTICIPER CONTACT PLAN

Acheter des bons de réduction sur le net...

Posté le 03 janvier 2008
Tags: Néomarketing

Un nouveau concept qui inverse la relation brand-consommateur vient d'être lancé. Avec d'avantageShopping vous pouvez acheter des bon de réductions valable dans les magasins physiques.

Sur avantageshopping.com, le consommateur s'inscrit gratuitement sur le site, indique ses centres d'intérêt, puis consulte les bons de réduction. Si l'un d'eux l'intéresse, il lui faut alors payer un euro pour pouvoir l'imprimer afin de s'en servir dans le magasin physique indiqué. Il peut aussi acheter des packs de plusieurs coupons pour une somme forfaitaire, douze bons pour neuf euros par exemple.

Les promotions proviennent d'enseignes connues comme Surcouf, Nature & Découvertes, C&A, Carlson Wagonlit Voyages, Sport 2000, etc. et ont été montées en exclusivité pour AvantageShopping. Aucun risque de les trouver ailleurs.

Les fondateurs du site assurent une réduction d'au moins dix euros par bon d'achat acheté. Celle-ci peut être bien plus importante et se présenter sous la forme d'un pourcentage ou d'une somme à déduire. Pour l'achat d'un PC Asus chez Surcouf par exemple, la réduction se monte à 200 euros.

Les bons, nominatifs et munis d'un code-barres, ont une durée de validité limitée, afin de pouvoir renouveler régulièrement les promotions proposées par chacun des partenaires.

Faire venir les internautes dans les magasins

« Pour l'enseigne, un internaute prêt à déboursier un euro est forcément un futur client. De plus, le partenaire peut capter une nouvelle clientèle, cela ne lui coûte que la réduction qu'il est prêt à accorder, il peut cibler sa promotion



Articles récents

La vitrine interactive Morgan des Champs Elysées a séduit son public.

Le Web va-t-il profiter de la fin de la pub sur France Télévisions ?

L'urban Golf inspire les marques, plus qu'une mode, une nouvelle niche marketing.

Les cybermarchands à l'heure du m-commerce

Salon E-business 2008 : Réserver votre badge gratuitement

Rubriques

Business news (2)

C conf' (6)

Chiffres Clés (7)

Ciblage (2)

E-strategie (3)

Hors sujet (3)

Informations (2)

Marketing mobile (3)

Dernier Com'

Style & the City: Ce qui est dramatique avec

Style & the City: bravo pour votre analyse et

Reduce the bumps par Nivea | Marketing 2.0: [...] via

Internet Marketing » Blog Archive » Le plus grand Tag au monde est signé BNP Paribas Immobilier: [...] Systemy promoocij stron WWW,

Internet Marketing » Blog Archive » Comment tirer profit de Facebook? vue du...: [...] Internet Marketing Articles wrote

Plus commentés

Comment tirer profit de Facebook? vue du Quebec... (1)

Le plus grand Tag au monde est signé BNP Paribas Immobilier (1)

Nivea, propose une pub anti-stress (1)

De nouveaux formats publicitaires sur le net : exemples, analyse et perspectives. (1)

<http://www.publicitenews.fr/2008/01/03/acheter-des-bons-de-reduction-sur-le-net/>

même au niveau géographique et voir facilement les retombées par les bons utilisés », poursuit Jean-Paul Devai

Les données personnelles entrées lors de l'inscription seront utilisées pour mieux cibler les opérations promotionnelles des partenaires et ne seront en aucun cas vendues à des opérateurs extérieurs précise la société.

Les partenaires d'AvantageShopping vantent la flexibilité et la réactivité du système. Ils peuvent mettre en valeur certains articles en fonction des stocks réels en magasin afin d'optimiser le cycle de vie du produit. Ainsi, en cas d'hiver doux dans certaines régions françaises, des promotions spécifiques pourront être proposées aux internautes locaux sur les manteaux et parkas dans une boutique particulière.

AvantageShopping, société indépendante créée pour le lancement du site, a pour objectif de proposer un catalogue de plusieurs centaines de partenaires que ce soit au niveau national, régional ou même local. Au lancement, elle a réussi à convaincre 25 partenaires. Les responsables du site espère arriver à réunir, dans un délai de 18 mois, quelque 200 000 à 400 000 membres actifs, achetant plusieurs bons par mois. Un résultat qui dépendra, bien sûr, de l'intérêt et de la diversité des promotions négociées...

Sébastien Camusot via [Nathalie Bloch-Sitbon](#) sur 01Net.

Source

 Partager cet article

Partager et découvrir :



Related posts

- No related posts.

Laisser une Réponse

Nom (requis)

E-Mail (ne sera pas publié) (requis)

Site Web

Recevoir les commentaire avec le flux RSS Souscrire aux Commentaires?

Poster le Commentaire

Related Posts from the Past:

[Néomarketing \(13\)](#)

[R Commerce \(2\)](#)

[Salon \(1\)](#)

[Street marketing \(10\)](#)

[Tendances \(7\)](#)

[Videomarketing \(1\)](#)

[web 2.0 \(1\)](#)

[web 3.0 \(3\)](#)

[La mode des mini-séries TV sur le Web \(1\)](#)

Connections

[La nouvelle R](#)

[Ma petite entreprise](#)

[E-Publicite](#)

[e-marketing-management](#)

[Ciblage comportemental](#)

[Style And The city](#)