

Contact Presse

Mona Loïal
mona.loial@lesitemarketing.com

Tél. 01 46 48 64 84

www.lesitemarketing.com

10 rue Abbé Grégoire
92 130 Issy Les Moulineaux

Le Site Marketing édite le Panorama Trade 2006 du marketing opérationnel de la grande distribution alimentaire française

Le Panorama Trade est le seul outil de connaissance mis à jour annuellement sur les stratégies de marketing opérationnel des enseignes alimentaires. Cette édition tient compte de l'évolution des outils et supports de communication, impactée par le nouveau cadre réglementaire (loi Dutreil : janvier 2006). Sa présentation comprend des descriptifs, des analyses quantitatives, ainsi que des monographies détaillées par enseigne et se positionne ainsi comme un outil de cadrage et de réflexion pour accompagner l'élaboration des plans commerciaux 2007.

Un outil de connaissance de la grande distribution alimentaire

Le Panotrade 2006 détaille les Plans d'Actions Commerciales (PAC) des enseignes françaises sous forme de tableaux imagés, ce qui rompt avec les études classiques.

Le lecteur peut en effet s'informer dans un premier temps puis sélectionner l'information pertinente selon son profil professionnel (Directeur Commercial, Directeur Marketing, Responsable commercial enseigne, Responsable de category chez les distributeurs et les industriels ou les planeurs stratégiques, directeurs commerciaux dans les agences de communication). Livré sous forme de classeur et fichier Powerpoint, l'étude permet une réutilisation immédiate de l'ensemble des informations dans des documents d'analyses et/ou pour la projection en réunion.

Des analyses quantitatives et qualitatives

Sur le plan qualitatif, l'étude présente les actions de communication de chaque enseigne avec un focus sur chaque temps fort et ses les mécanismes promotionnels ainsi que des analyses transversales des opérations thématiques. Un focus est fait sur les outils de fidélisations des enseignes (tickets, cartes) associés à la communication relationnelle qui en découle (mailings, emailings...).

Sur le plan quantitatif, les indicateurs majeurs des actions des enseignes sont analysés à partir de la base de données des prospectus et des cartes de fidélité du Site Marketing : Un comparatif approfondi de la présence produit en catalogue, de la pression promotionnelle et du trade marketing et la place que leur accorde chacune des enseignes.

Un outil de décision basé sur des sources de connaissance maîtrisées

Les chiffres et exemples en images proviennent des panels de consommateurs et la base de données Promotions et Prospectus de l'Editeur (300 000 promotions en base – historique de 5 ans). Les lecteurs peuvent ainsi profiter d'une information exhaustive et récente.

Le Site Marketing, créée en 2001, co-dirigé par son fondateur Pierre Denis et son associée Elisabeth Cony-Exertier, est spécialisée en Veille Concurrentielle Commerciale et Marketing. Le Site Marketing compte une centaine de clients parmi lesquels des enseignes de grande distribution (Auchan, Casino, Champion, Leclerc), des agences de communication (DDB, EuroRSCG, Proximity) et des annonceurs (France Telecom, HP, Coca Cola, Nestlé, Procter).

Issy les Moulineaux, le 12 mai 2006

PRESE

LE SITE
MARKETING.COM
SITE SPÉCIALISTE EN MARKETING OPÉRATIONNEL