

Mardi 22 septembre 2009

Le zoom du mois n°9 : rentrée : quelles différences entre enseignes ?

Retour de notre rubrique "Le zoom du mois" avec 2 billets consécutifs.

Aujourd'hui, c'est le 9ème billet de la rubrique Le zoom du mois en partenariat avec Le Site Marketing. Pour consulter les précédents numéros cliquer dans la catégorie "zoom du mois". Demain, le 10è billet consacré aux tendances de la promo.

Pour cette rentrée 2009, pas beaucoup de surprises, on se bat plus que jamais sur les prix.

Voici quelques thématiques qui illustrent cette tendance pour 10 enseignes

Carrefour Market : une rentrée sur mesure

Super U : Tout pour une rentrée moins chère puis le bon calcul de la rentrée

Intermarché : une rentrée utile

Simply Market : on part du bon pied (Nous, on veut surtout du pas cher sur tout, c'est la rentrée, on part du bon pied)

Auchan : Les solutions Auchan pour une rentrée moins chère puis les solutions Auchan pour dépenser moins à la rentrée.

Carrefour : la rentrée des prix imbattables et les bons comptes font les bonnes rentrées

Leclerc : c'est une rentrée bien préparée

Géant Casino : une rentrée moins chère qu'en 2008

Cora : Rentrée économe

Super U : Stop à la rentrée trop chère

Quand on est dans une zone de chalandise très concurrentielle et qu'on reçoit ne serait-ce que la moitié de ces catalogues, la confusion doit être importante.

Certes, les univers (papeterie, textile, alimentaire) sont communs, mais plus l'offre est semblable, plus la communication doit jouer pleinement son rôle différenciateur.

Elle ne le joue pas, donc comme d'habitude les formats, le nombre de produits communiqués, pas moins de 729 pour Carrefour contre 535 à Auchan, vont apporter un peu de différence.

La différenciation vient au final des mécaniques promos utilisées. Pour Carrefour Market, c'est "produits gratuits", pour Intermarché "lots virtuels" pour Monoprix et Super U : la carte, pour Atac 2ème à 50%, pour les hypers on se bat sur du spectaculaire la liste de fournitures et c'est là où on peut observer le plus de différences.

Quand Géant se compare à lui-même entre 2008 et 2009, Carrefour rembourse 100% sur le compte fidélité sur 27 produits indispensables de la rentrée. Quand Cora propose 18 produits de rentrée scolaire à moins de 20 €, Leclerc fait la même promesse avec 30 produits !

Rubrique réalisée en partenariat avec Le Site Marketing, source : Flash Actualités

