

« THE WRAPPING PAPER COUPON » DE KING JOUET LES PETITS S'AMUSENT ET LES GRANDS FONT DES ECONOMIES

Comme tous les retailers, King Jouet utilise les coupons de réductions. Mais lorsqu'on vend des jouets, mieux vaut concevoir les actions promotionnelles comme un jeu ! Qui n'a jamais offert un cadeau à un enfant pour qu'il s'amuse plus avec le papier d'emballage ? C'est en partant de ce simple constat que Havas Paris a imaginé et créé « The wrapping paper coupon », un coupon de réduction traditionnel sous la forme d'une ligne de papier cadeau. Une fois le cadeau déballé, les enfants étaient invités à chercher le logo de la marque (le lion) très bien caché parmi tous 200 petits personnages dessinés à la main et mis en scène de façon amusante et décalée. Une fois le lion découvert, il ne restait plus qu'à retourner en magasin pour bénéficier des 20% de réduction sur le prochain achat. L'opération promotionnelle a été un véritable succès : proposée près des caisses sous forme de rouleaux, ce sont 54 390 lions qui ont été découverts et autant de nouveaux achats effectués. Les ventes ont ainsi enregistré une croissance de 32% et +75% de retours par rapport aux promotions traditionnelles. Mais surtout, les parents et enfants ont plébiscité ce nouveau format de promotion allant jusqu'à changer de perception sur la marque : + 25% d'entre eux ont eu une meilleure image de l'enseigne.

A propos de King jouet

King Jouet est un distributeur de jouet Français avec plus de 200 magasins, la marque est présente partout en France. Comme tous les retailers, King Jouet booste ses ventes grâce à des promotions. Le plus souvent avec des coupons de réductions sur les tickets de caisse ou dans les catalogues. Cela représente une partie importante de ses opérations de communication, essentiellement tournées vers la promotion. L'objectif principal reste le drive to store et la promotion des ventes.