

LE POINT DE VUE DES CHEFS DE RAYON

Avec



Le spécialiste de l'outsourcing commercial

Les promotions sont-elles toujours impactantes ?



Non "Les promotions ont moins
d'impact que les nouveautés"
déclarent les sondés de la région Nord

Non "Seuls les gros volumes suscitent
un réel intérêt"
déclarent les sondés de la région parisienne

= "Cela dépend de la période, de la
promotion, de la gamme, etc."
déclarent les sondés de la région parisienne
et de la région Est

Oui "La période de crise est favorable
aux promotions"
déclarent les sondés de la région Est

Oui "Les produits sur tract ont
beaucoup de succès"
déclarent les sondés des régions Nord et Est

Oui "Oui, si elles sont mises en avant
par des animations"
déclarent les sondés de la région parisienne

Oui "Les promotions attirent
le consommateur"
déclarent les sondés de la région parisienne
et de Rhône-Alpes

Ci-dessus la réponse de 1473 chefs de rayon en grandes surfaces interrogés par Distriplus du 27 au 30 avril 2009.
Nombre de PdV interrogés : Auchan : 85 / Boulanger : 12 / Bureau Vallée : 25 / Carrefour : 180 / Carrefour Market : 25 / Champion : 215 / Cora : 45 / Fnac : 10 / Géant : 71 / ITM : 300 / Leclerc : 220 / Monoprix : 60 / Super U : 220 / Metro : 5



Brigitte Burman, fondatrice de Distriplus, propose depuis 10 ans des forces de vente, supplétives ou permanentes, aux industriels de la grande consommation – des grands comptes comme des PME – qui souhaitent dynamiser leur chiffre d'affaires tout en optimisant leur retour sur investissement.

www.distriplus.org