



## FICHE SAVOIR MARKETING

### Les différents types d'animation commerciale

Retrouvez toutes les fiches en intégralité avec les liens actifs



Animation	Description	Avantages	Inconvénients	Type de produit
<b>Démonstration/ Dégustation</b>	Un animateur présente le produit et explique comment l'utiliser. Pour les produits alimentaires, il le fait déguster.	Convaincant. Améliore l'expérience client. Génère du trafic.	Cout élevé. Court (1 journée). Dépend de la qualité de l'animateur.	Produit nouveau ou peu connu nécessitant une démonstration.
<b>Jeu concours</b>	La marque est associée à une opération permettant de faire gagner un faible nombre de consommateurs.	Permet de collecter les données sur les prospects. Animation de communautés.	Peu impliquant. Efficace uniquement si l'enjeu est important.	Produit pour lequel une segmentation est nécessaire.
<b>Promotions</b>	La distribution de coupons de réduction donne droit à une baisse immédiate ou différée du prix de vente.	Permet de recruter de nouveaux consommateurs.	Baisse de la marge. Règlementation contraignante. Mauvaise influence sur l'image de marque.	Produit dont les ventes ont tendance à baisser.
<b>Vente flash</b>	Pendant quelques minutes, le produit est vendu à un prix promotionnel.	Création de trafic. Crée un sentiment d'urgence. Permet d'écouler des stocks.	Baisse de la marge. Nécessite un animateur dans le point de vente.	Produit dont il faut écouler les stocks.
<b>Bornes interactives ou vidéo</b>	Une borne permet au client d'obtenir des informations ou des conseils d'utilisation du produit.	Peu coûteux. Permet de mettre le produit en scène. Opération qui peut durer dans le temps.	Faible visibilité. Peu adapté à l'expérience client (client « pressé »).	Produit nécessitant une démonstration.
<b>Distribution d'échantillons</b>	Un animateur offre des échantillons aux consommateurs qui entrent dans le point de vente.	Permet de tester le produit et, par conséquent, de créer le besoin. Sympathie pour la marque.	Cout des échantillons. Repose sur les qualités réelles du produit. Diminue les ventes.	Produit nouveau ou peu connu.

Mise en place de l'animation : c'est le fabricant qui finance et conçoit l'animation. Il doit négocier sa mise en place avec le responsable de magasin. Ce dernier bénéficiera alors d'une augmentation du trafic et d'une dynamisation de son point de vente. Les animations sont, en règle générale, réalisées par des sociétés privées spécialisées. Néanmoins, en fonction des résultats, les fabricants ont un droit de regard sur le choix de l'animateur. Ils doivent lui fournir tout le matériel nécessaire à l'animation.

*N.B. Les différents types d'animation peuvent et sont le plus souvent combinés entre eux : promotion et dégustation, démonstration et distribution d'échantillons...*