

www.calaispascher.com OU COMMENT CHANGER VOTRE APPROCHE MARKETING

Plus de 130 commerçants calaisiens ont déjà adhéré au concept d'un tout nouveau site internet mis en ligne il y a quelques semaines sous l'impulsion de Jérémy Charavel, de Philippe Mancier et de Jean-Philippe Sphyras, tous trois également commerçants en centre ville.

«**Calaispascher.com**» est un nouveau site très original qui encourage l'achat groupé, une nouvelle approche marketing prometteuse qui mérite toutefois quelques explications.

«**Calaispascher.com**» n'est pas en effet un banal site Internet proposant à des clients/consommateurs des réductions après avoir imprimé un coupon correspondant à la promotion en cours mais bien un outil devant permettre d'accroître sensiblement les volumes de vente. La technique pour aboutir à ce résultat est simple : offrir à plusieurs acheteurs qui se regroupent des avantages qui augmentent en fonction du nombre d'articles achetés.

Le système étant déjà opérationnel les exemples parlent d'eux-mêmes : Dans un pressing du boulevard Jacquard pour 3 articles présentés accompagnés des «vouchers» correspondants (chaque client obtient le sien en s'inscrivant sur le site et en imprimant son bon de réduction) seuls deux seront facturés ce qui réduit sensiblement la facture à payer par chacun des trois clients.

Dans un magasin de vêtement du boulevard Pasteur 2 clients porteurs d'un bon de réduction «**Calaispascher.com**» obtiennent chacun 15% de réduction. Un taux qui monte à 20% s'ils sont 3 à se regrouper pour acheter.

Dans le cinéma de centre-ville 2 clients se voient offrir une boisson chaude ; s'ils sont 3 le café gourmand est offert.

La démarche est intéressante et après quelques semaines d'existence



(le site a été mis en ligne courant septembre 2008), les retours sont très bons. Plus de 130 commerces ont déjà adhéré au concept mais il reste encore du chemin pour que la machine atteigne ses objectifs. Trop de commerçants n'ont en effet pas encore intégré cette notion d'achats groupés et ne font que proposer des ristournes plus banales.

Les animateurs du site souhaitent maintenant communiquer leur enthousiasme à l'ensemble de leurs collègues à qui ils proposent gratuitement une visibilité sur le web, le site étant financé par la publicité qui y figure.

Dès à présent une newsletter est envoyée régulièrement à quelque 600 contacts pour les informer des nouvelles promotions et dans ce domaine il reste également encore beaucoup de chemin à parcourir : le succès d'un tel site passe en effet par un renouvellement très régulier des offres et leur originalité doit être un facteur d'attractivité. Une originalité qui doit conduire à venir visiter régulièrement le site et à imaginer des regroupements de clients en fonction des offres en cours.

Toute une démarche d'autopromotion doit également être conduite par les commerçants

adhérents pour informer leurs clients de l'existence du site «**Calaispascher.com**» mais aussi pour les encourager à s'inscrire pour recevoir les newsletters. C'est cette implication collective qui fera le succès du projet que Jérémy Charavel, Philippe Mancier et Jean-Philippe Sphyras souhaitent bien exporter dans d'autres villes. S'ils ont déjà déposé le concept pour éviter d'être copiés, il leur faudra maintenant déployer beaucoup d'énergie pour entraîner avec eux l'ensemble de leurs collègues et imaginer les attentes de leurs clients. Tous trois sont en effet convaincus que le commerce traditionnel, comme le reste de l'économie, ne cesse d'évoluer et que si l'on veut encore exister demain il convient de faire preuve d'imagination.

