

## **BONIAL ÉTEND SON OFFRE DE SERVICES POUR ACCÉLÉRER LA BASCULE DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE**

**Pour mieux remplir sa mission de reconnecter les consommateurs et les magasins, le n°1 européen du Drive-to-Store permet désormais aux enseignes d'activer un dispositif digital à 360°, permettant de diffuser leurs offres et promotions en magasin aussi régulièrement et aussi massivement en ligne que dans l'univers offline. Cette innovation doit permettre aux distributeurs d'accélérer la bascule de leur communication commerciale vers le marketing digital.**

Face à la montée du e-commerce et aux changements des comportements consommateurs, les enseignes traditionnelles disposent d'un atout majeur sur lequel elles peuvent capitaliser : un flot constant d'offres et de promotions, nationales ou locales, proposées chaque jour dans leurs magasins et renouvelées chaque semaine. Chaque enseigne est historiquement rôdée à la diffusion *offline* de ce « PAC » (Plan d'Action Commerciale) dont les promotions sont reprises dans les prospectus, en affichage urbain ou encore à la radio.

Pour autant, cette richesse promotionnelle ne se retrouve pas dans les media digitaux avec la même régularité. Manque de supports media appropriés, difficulté à maîtriser le flux d'offres pour chaque magasin, délais et quantité des créas à fournir, complexité des dispositifs de publicité programmatique... sont autant de difficultés évoquées par les directions marketing des enseignes pour expliquer la prévalence, encore forte aujourd'hui, du offline sur l'online pour ce qui concerne le marketing opérationnel.

Face à ces attentes du marché, Bonial fait évoluer son offre de services pour aider les enseignes à déployer leur marketing digital à grande échelle. La médiatisation du PAC peut désormais être mise en oeuvre à 360°, en identifiant les offres les plus populaires de chaque point de vente et les diffusant de manière personnalisée sur 3 canaux activables de concert :

- **Bonial Média** : le 1<sup>er</sup> réseau de publicité native pour le Retail, fort de 5 millions d'utilisateurs fréquentant chaque mois les portails et apps de Bonial, mais aussi FidMe, Bring ou Out-of-Milk. Chaque consommateur est exposé aux offres dans le contexte de sa préparation d'achats, avec une section d'offres personnalisées ;
- **Bonial Connect** : une plateforme agile pour gérer, personnaliser et diffuser les offres locales des enseignes auprès de leur propre audience, via leurs sites et applications et pour leurs campagnes d'acquisition ;
- **Bonial Reach** : un dispositif programmatique clés en main et conçu spécifiquement pour les retailers, avec des formats adaptés et des ciblage enrichis par la *data* Bonial, pour permettre aux offres locales de gagner en notoriété et de créer l'évènement autour de chaque point de vente

## **Matthias BERAHYA-LAZARUS, Président de Bonial**

« Ce nouveau dispositif est l'aboutissement d'un long travail de R&D pour faire basculer le centre de gravité de Bonial, depuis la médiatisation des catalogues – notre offre historique – au contenu de ces mêmes catalogues. Ce qui intéresse les consommateurs aujourd'hui, ce n'est pas tant « le papier » que les bonnes affaires qu'il renferme. Ce sont ces offres locales que les enseignes doivent être en mesure de diffuser massivement, tout en conservant les facteurs de succès du prospectus (son caractère local, sa capacité de 'raconter une histoire' en proposant un assortiment cohérent). Elles doivent enfin mettre l'accent sur la personnalisation, devenue une attente standard du consommateur au fil de ses expériences digitales. »

### **A propos de Bonial**

N°1 du drive-to-store en Europe, Bonial reconnecte chaque jour les magasins avec les consommateurs aux alentours. En combinant un réseau d'audience contextuelle de 5M de consommateurs, une technologie programmatique dédiée au retail et une data *first-party* exclusive, Bonial permet aux enseignes de diffuser à 360° leurs offres locales.  
[www.bonial.fr/corporate](http://www.bonial.fr/corporate)

#### **Contact presse**

Fabien Dutrieux

Responsable Marketing

[fabien.dutrieux@bonial.fr](mailto:fabien.dutrieux@bonial.fr)

Tel : 06 58 62 03 65