

NaturéO arrête la mise à disposition de ses prospectus en magasin et développe la visibilité de ses offres sur le digital avec Bonial.

L'enseigne spécialiste du bio a décidé d'arrêter la diffusion de ses prospectus en magasin. Cette décision s'inscrit dans le cadre de la digitalisation de sa communication commerciale, initiée dès 2018 avec Bonial, dont les résultats en termes de création de trafic en magasin et de fidélisation des clients sont éprouvés.

Rendre l'offre commerciale bio accessible à chacun

NaturéO souhaite rendre les produits biologiques accessibles au plus grand nombre. L'enseigne s'adresse donc à toutes les catégories de population, avec des tranches d'âges très variées. Pour toucher le plus grand nombre de clients potentiels, le spécialiste du bio avait besoin de développer la visibilité de ses offres sur internet, un canal utilisé avant de se rendre en magasin. Pourtant, jusqu'en 2018, l'enseigne communiquait presque exclusivement ses offres commerciales sous forme de prospectus disponibles en magasin.

Pour enclencher une transition en diversifiant ses canaux de communication, l'enseigne a entrepris une approche « *test and learn* » dès 2018 avec Bonial. Les prospectus de NaturéO ont dans un premier temps été diffusés sur le réseau d'audience de Bonial (5M de consommateurs en phase de préparation d'achat). L'enseigne s'appuie également sur la technologie de Bonial pour diffuser ses offres commerciales sur ses propres canaux de communication et notamment sur son site web. Ainsi, à chaque démarrage d'opération commerciale, l'enseigne envoie une communication personnalisée par SMS et email à ses clients qui redirige vers ses offres. Bonial lui permet de personnaliser les messages par zone de chalandise et gagner en efficacité.

Développer le trafic en magasin grâce au digital

À présent, l'enseigne va encore plus loin. Elle s'appuie sur les données collectées avec Bonial pour personnaliser ses campagnes d'acquisition digitales et développer son trafic en magasin. Plus de 10% des consultations réalisées avec Bonial se transforment en nouveaux visiteurs magasin et ils reviennent en moyenne 1,6 fois sur le mois. En quelques mois, NaturéO a donc transformé sa communication commerciale en intégrant le digital au cœur de sa stratégie. « Dans un contexte où le marché de la bio est très concurrentiel, nous avons stratégiquement souhaité réorienter nos ressources vers la création de trafic. Sur l'année 2018, nous avons eu

l'occasion de réaliser des tests avec Bonial et nous avons constaté que cela nous a apporté du trafic incrémental par rapport à nos clients actuels.

En parallèle de nos démarches écologiques engagées, telles que le ticket de caisse dématérialisé, nous avons naturellement souhaité nous orienter vers des prospectus digitaux, à l'exception de deux prospectus tractés en boîte aux lettres.

Aujourd'hui, Bonial est un levier clé pour notre création de trafic et recrutement de clients en local pour nos magasins.



Il s'agit là d'une démarche en parfaite adéquation avec les valeurs de l'enseigne avec un combo efficacité et écologie. »

Peggy SADIER, Directrice Marketing et Relation Clients chez NaturéO

A propos de Bonial

Leader européen du drive-to-store, Bonial reconnecte chaque jour les consommateurs avec les magasins. En synchronisant les offres des points de vente avec les intentions d'achat détectées sur ses plateformes, Bonial permet aux enseignes de cibler 25 millions de mobinautes avec des offres locales et personnalisées.

www.bonial.fr/corporate

A propos de NaturéO

Créée en 2007, NaturéO est une enseigne familiale et indépendante, spécialiste en produit biologiques. NaturéO a souhaité répondre à la nécessité d'une alimentation saine et respectueuse des hommes et de l'environnement. Véritable spécialiste des produits frais traditionnels, dont la boucherie bio 100% française, l'enseigne offre également une très large gamme de produits sains et de qualité, sélectionnés par des passionnées. Chacun des 59 points de vente de l'enseigne développent localement ses spécificités pour être au plus près des besoins de ses clients ainsi que de sa zone géographiques (fournisseurs locaux, produits spécifiques, etc...)

Contact presse

Fabien Dutrieux

Responsable Marketing

fabien.dutrieux@bonial.fr

Tel : 06 58 62 03 65