

Communiqué de presse

Les premiers e-coupons multi-retail en Belgique via Permesso.be

Bruxelles, le 22 mai 2008 - Jusqu'à présent, les e-coupons étaient réservés aux détaillants qui diffusaient ces bons au sein de leur propre réseau de clientèle. Désormais, une nouvelle possibilité s'offre au marché belge : des e-coupons multi-retail que le consommateur imprime lui-même, chez lui.

Etant donné que Permesso.be prend régulièrement le pouls des différents secteurs, nous ne pouvions pas manquer à l'appel du FMCG. Les premières actions de e-couponing via Permesso.be sont donc une réalité !

Le contexte

Le consommateur belge est le plus grand "découpeur" de coupons de la planète (par tête). En 2007, nous avons battu le n°1 de l'année précédente, c'est-à-dire les Etats-Unis. Le Belge avait découpé pour quelques 100 millions d'euros de bons de réduction (source : Promocontrol).

Il y a à peine un an, la BABM (Belgilux Association of Branded Products Manufacturers) proposait une norme pour le e-couponing pour laquelle il fallait trouver un consensus entre les fabricants, les détaillants et les facilitateurs. Le système devait exclure la fraude et être convivial pour tous ceux qui souhaitaient l'adopter. Au cours de l'année écoulée, le groupe de travail de la BABM a œuvré pour trouver ce consensus. La plupart des détaillants belges se disaient prêts à débiter une phase de test visant à étudier, d'une part, l'acceptation des coupons à la caisse et, d'autre part, la logistique. Dans un premier temps, les campagnes se limitent aux bons de réduction de quelques membres du groupe de travail de la BABM.

Permesso.be apporte son soutien à cette initiative

Au premier stade de ce processus, Permesso.be a proposé au groupe de travail de la BABM de mettre à disposition des testeurs la plateforme des membres, sous certaines conditions.

Les campagnes en question sont adressées à un groupe cible de prospection qui répondent aux exigences de l'annonceur. Pour la sélection du groupe cible, tous les critères sont disponibles via CONSU-matrix (variables sociodémographiques et lifestyle, variables lifestage dynamiques, etc.).

Le groupe cible sélectionné est dédoublé au moyen du fichier e-mail de l'annonceur.

Coca-Cola et Henkel/Schwarzkopf sont les premiers à avoir profité des possibilités de e-couponing proposées par Permesso.be.



E-couponing avec Permesso.be

Permesso.be est la plateforme marketing e-mail opt-in de WDM Belgium. Elle compte quelques 710 000 membres, dont 640 000 adresses e-mail opt-in disponibles pour toute campagne commerciale : permission based e-mail marketing, brand building et brand activation, concours, enquêtes, marketing viral, event marketing, ...

Permesso.be propose une solution de e-couponing flexible par le biais de laquelle il est possible d'offrir différents e-coupons par campagne. Le membre de Permesso.be reçoit un e-mail l'invitant à cliquer sur les multiples bons de réduction électroniques.

La norme BABM stipule que le consommateur doit au moins mentionner son nom, son adresse et sa localité avant de pouvoir imprimer les bons avec son imprimante. Le nom du consommateur doit d'ailleurs apparaître sur les bons imprimés. En outre, les e-coupons doivent toujours être personnalisés. Cela signifie qu'ils doivent être dotés d'un code barre unique lié aux données (nom, adresse et localité) du demandeur.

Etant donné que Permesso.be détient de telles données pour 70% de ses membres, cela simplifie considérablement la tâche du consommateur qui doit simplement contrôler (ou éventuellement modifier) ces données.

Sur Permesso.be, le consommateur peut voir les bons de réduction à l'écran, mais sans les champs personnalisés (nom et code personnalisé) ni l'indispensable code EAN. Ces données sont visibles **uniquement** sur la version imprimée du bon.

Ces deux mesures ont été prises afin de minimiser le risque de fraude au niveau du système et de l'aligner au niveau du coupon papier classique.

Permesso.be veille également à aider le consommateur. Grâce à des "Frequently Asked Questions" relatives au e-couponing, le membre de Permesso.be peut obtenir toutes les informations souhaitées sur le système et sur l'emploi des coupons.

Par après, comment se déroule le traitement des coupons ?

Une fois que le consommateur l'a remis à la caisse, le coupon suit le même trajet qu'un coupon ordinaire (personnalisé) : le détaillant remet le coupon à Promocontrol qui se charge du "clearing" des bons.

C'est grâce au code EAN que les remboursements entre annonceur et détaillant sont réglés. Promocontrol va cependant procéder à une deuxième manipulation: le scanning du code personnalisé. La liste des codes qui correspondent aux bons utilisés est alors remise par Promocontrol à l'annonceur (ou directement à WDM Belgium/Permesso.be, si la demande en est faite).

De son côté, WDM Belgium va vérifier la correspondance entre ces codes et le fichier e-mail, afin de remettre à l'annonceur un fichier reprenant les données



permesso.be

nom/adresse/localité des utilisateurs des bons. Ces données deviennent ainsi la propriété de l'annonceur, qui peut les intégrer à sa base de données clientèle.

Au moment où il imprime les bons, le consommateur est averti de ces traitements dans la déclaration de vie privée. Il a toujours le droit de consulter, modifier ou effacer ses données.

L'adresse e-mail du consommateur ne peut jamais être transmise par Permesso.be. L'annonceur peut éventuellement décider d'intégrer, dans la campagne de e-coupons, une possibilité de opt-in pour sa propre communication en ligne avec ce consommateur.

#

A propos de WDM Belgium

WDM Belgium est depuis de nombreuses années le leader incontesté dans le domaine des applications direct marketing en Belgique. WDM Belgium recueille, crée et traite les données de consommateurs. Il les utilise ensuite pour la prospection marketing, la définition des groupes cibles et des analyses, ainsi que pour le nettoyage, l'enrichissement et la gestion de fichiers de données. Ces activités sont conduites en appliquant les normes les plus strictes en matière de protection de la vie privée et des données personnelles.

Pour plus d'information:

An Louwagie

Product Manager Data Delivery

WDM Belgium

+32 (0)2 555 97 67

+32 (0) 477 22 10 64

alo@wdmbelgium.be

Mieke Dupon

Communication Manager

WDM Belgium

+32 (0) 2 555 96 80

+32 (0)474 85 02 34

bmdu@wdmbelgium.be