



(/p/performance-et-franchise)

# Fidélité : les coupons fonctionnent-ils encore ?



()

D'après les chiffres de HighCo DATA, les familles belges ont épargné près de 121 millions d'euros en 2016 grâce aux bons de réduction (+17,5 % par rapport à 2015). La version papier obtient toujours de bons résultats, tout comme la version numérique, le « e-coupon », qui ne cesse d'augmenter (+8,5 %). Les coupons ou bons de réduction ont donc toujours la cote. Hélas, comme le montrent les chiffres, les commerçants locaux utilisent trop peu cette technique de marketing.

Nulle part ailleurs en Europe, les bons de réduction n'ont autant la cote. En 2016, chaque Belge a utilisé en moyenne 6,8 bons de réduction. Soit la première place au classement européen. Les Français arrivent en 2e position, avec 4,9 bons par habitant, tandis que nos voisins néerlandais n'utilisent aucun coupon. Malgré cette énorme popularité du bon de réduction, les commerçants locaux belges et français ne semblent pas convaincus. L'année dernière, ils ont lancé, en moyenne, chacun, une seule action promotionnelle avec un coupon.



Chose peut-être encore plus étonnante : les commerçants locaux envoient rarement des e-mails à leurs clients ou assurent le suivi de leurs données clients. Or, les commerçants qui envoient un e-mail promotionnel voient leurs achats en magasin augmenter, en moyenne, de 15 %. S'ils y joignent un coupon, l'augmentation moyenne atteint même 35 %.

Les chiffres suivants prouvent également que les coupons fonctionnent toujours aussi bien, à l'ère du numérique, en Belgique et ailleurs.

Aux États-Unis, 94 % des consommateurs utilisent des coupons

Chez la génération Y, ce pourcentage est de 95 %. C'est ce qu'il ressort d'une étude du géant américain du marketing Valassis. Les coupons et bons de réduction ne sont donc sûrement pas un phénomène marginal. Au contraire, les consommateurs, même les plus jeunes, en profitent pleinement et laissent même les actions et autres bons de réduction influencer leurs décisions d'achat.

85 % des consommateurs cherchent des coupons avant de se rendre chez un commerçant

Pas moins de 85 % des consommateurs cherchent même activement des coupons avant d'aller chez un commerçant. Plus particulièrement pour le secteur Horeca, on estime que 90 % des consommateurs ont cherché au moins une offre restaurant et que 81 % cherchent même régulièrement des coupons Horeca et des bons de réduction.

Les coupons augmentent les dépenses moyennes

Au total, 90 % des consommateurs avouent que les coupons ont une influence sur le montant de leurs dépenses moyennes. Près de 65 % des consommateurs dépensent plus que prévu si cela leur permet de profiter d'une réduction.

Les e-coupons sont de plus en plus populaires



Les bons de réduction papier ont toujours la cote mais la version numérique enregistre une belle progression. Au total, 59 % des consommateurs ont également une image plus positive des commerçants qui proposent des coupons via le smartphone.

D'ailleurs, tous les systèmes de coupon bien pensés fonctionnent actuellement de manière numérique. Que ce soit la carte Gamma ou Xtra de Colruyt, uniquement valables dans leurs enseignes respectives, ou encore la carte Joyn, valable chez des milliers de commerçants locaux. Les bons de réduction numériques ne présentent que des avantages : ils sont plus simples à utiliser pour le client et grâce à leurs codes-barres uniques, les commerçants savent exactement quelle offre fonctionne le mieux chez tel ou tel client.

35 % d'activité commerciale en plus après l'envoi d'un coupon

Une vaste étude sur l'effet des campagnes coupons chez les commerçants locaux. On a ainsi examiné l'activité commerciale dans le mois qui a suivi l'envoi d'une action par rapport à l'activité moyenne durant les 3 mois qui l'ont précédée. Qu'observe-t-on ? Lorsque les commerçants envoient une campagne d'e-mailing promotionnelle sans coupon, ils notent une augmentation moyenne de 15 % de l'activité commerciale. S'ils ajoutent un coupon à leur action d'e-mailing, le nombre de transactions augmente de 35 % en moyenne.

## **Envie d'essayer ? Suivez ces conseils**

Malgré un franc succès, peu de commerçants locaux en Belgique et en France se lancent dans cette technique de marketing relativement simple. Peut-être parce qu'ils ne savent pas bien comment commencer. Les conseils suivants vous aideront à bien démarrer.

### **1. Choisissez un outil adapté**

En principe, on peut toujours travailler avec des bons « manuscrits », comme au début, mais peut-être est-il intéressant d'investir dans un outil numérique, pour suivre l'air du temps. Vous rentabiliserez ce petit investissement en un rien de temps.



## 2. Quel est votre objectif ?

**Vous pouvez utiliser les coupons dans plusieurs buts.  
Vous voulez :**

- attirer de nouveaux clients ?
- booster vos ventes ?
- augmenter la fidélité des clients ?
- éliminer un surplus de stock ?
- souhaiter un joyeux anniversaire à vos clients ?

### Définissez la promotion

**Avec un peu de créativité et un esprit d'analyse, on peut déplacer des montagnes.**

- Réfléchissez bien à l'identité de vos clients et ce qui les pousse à revenir. Vous n'y arrivez pas ? Faites un petit sondage parmi quelques clients fidèles.
- Demandez à vos fournisseurs s'ils veulent participer à un coupon.
- Définissez la date de validité du coupon.
- Personnalisez-le. Par exemple, saviez-vous qu'un coupon d'anniversaire a un impact positif sur la fidélisation des clients chez 77 % des consommateurs ?

### Mesurer, c'est s'informer

Votre campagne coupon est sortie ? Suivez attentivement les résultats. Faites quelques modifications si nécessaire et apprenez de vos résultats. Votre prochaine campagne sera encore plus réussie, c'est garanti !

[#fidélité \(/recherche?terms=fidelit%C3%A9\)](#) [#joyn \(/recherche?terms=joyn\)](#)

[#coupon \(/recherche?terms=coupon\)](#)

[#réduction \(/recherche?terms=r%C3%A9duction\)](#)



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter



Connexion ()




Commenter



## Recommandations d'article

 (/article/comment-bien-com-  
munique-when-when-covid-se-mele-a-nos-fetes)  
Article  
**Comment bien communiquer quand la Covid se mêle à nos fêtes ?**  
1   
\_D (/article/comment-bien-communicer-quand-la-covid-se-mele-a-nos-fetes)

 (/article/9-conseils-pour-faire-revenir-vo-  
s-clients-plus-souvent)  
Article  
**9 conseils pour faire revenir vos clients plus souvent**  
\_D (/article/9-conseils-pour-faire-revenir-vo-clients-plus-souvent)

15 novembre 2021





[Mentions légales](#) • [Conditions générales d'utilisation](#) • [Politique de confidentialité \(/confidentialite\)](#)

