RetailMeNot launches its Web-To-Store offer in France

Following its succes in the US and the UK, the world's largest digital coupon marketplace launches its in-store offer in France

Fort de son succès aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, le leader mondial du couponing en ligne lance son offre de coupons utilisables en magasin dans l'Hexagone.

Paris, le 03/10/2013 – D'après une étude menée par RetailMeNot, en collaboration avec l'institut de sondage CCM Benchmark Panel, plus de 9 Français sur 10 (93%) déclarent avoir déjà utilisé un bon de réduction lors de leur shopping et plus d'un internaute sur deux (56%) a déjà cherché un coupon en ligne ou sur mobile pour l'utiliser en magasin. [1] Répondant à cette évolution du marché, RetailMeNot annonce aujourd'hui le lancement de son offre Web-to-Store : les marchands partenaires pourront dorénavant donner de la visibilité à leurs coupons valables en magasin, via le site Bons-de-Reduction.com et l'application mobile iPhone.
Cette annonce marque la volonté de RetailMeNot à renforcer sa stratégie de marque tout en continuant à développer des services innovants et gratuits aux consommateurs afin de leur permettre d'économiser lors de leurs achats en ligne et en magasins physiques.

« C'est un fait, les comportements des consommateurs évoluent et la montée des mobiles et tablettes provoque une modification des habitudes lors du processus d'achat. Avec notre nouvelle offre Web-to-Store, nous répondons à la fois à une forte demande de la part des consommateurs mais aussi des marques qui cherchent des solutions innovatrices pour booster leurs ventes sur l'ensemble des canaux de distribution » commente **Olivier DAVID, Directeur Général de RetailMeNot, France.**

Aujourd'hui, le digital est devenu un canal de vente important qui a profondément impacté la façon dont les Français achètent. L'émergence de nouveaux supports comme le mobile ou la tablette permettent aux consommateurs de se connecter sur Internet partout et à tout moment pour chercher des informations et comparer les prix. Les acheteurs utilisent désormais tous les réseaux de distribution et alternent facilement entre les différents canaux de vente.

Face à ce constat, il est indispensable que les marques rendent cohérentes leurs stratégies online et offline. Cette orientation leur permettra de répondre aux attentes et nouvelles habitudes d'achat de leurs clients et leur offrir une expérience shopping fluide avec de multiples points de contacts.

Le web étant de plus en plus utilisé pour s'informer sur les produits, il devient une passerelle incontournable pour déclencher l'acte d'achat en magasin. *« Aux Etats-Unis, nous observons non pas une cannibalisation du web et de la boutique, mais plutôt une vraie complémentarité »* **souligne Olivier David.**

« Appartenir au groupe RetailMeNot, le leader mondial du couponing, nous permet aujourd'hui d'avoir toutes les cartes en main pour réussir le lancement de notre nouvelle offre in-store. En effet, face au succès rencontré aux Etats Unis et en Angleterre, marchés prescripteurs sur ce secteur, cette offre a un réel potentiel en France. Notre force : une expertise internationale au quotidien afin de délivrer une solution complète aux consommateurs et à nos marchands partenaires. »

Qualitative et fonctionnelle, l'offre In-Store de Bons-de-Reduction.com donne l'opportunité aux marchands de générer un trafic important vers leurs points de vente et aux consommateurs de profiter de réductions n'importe où et n'importe quand lors de leurs achats en magasins physiques. Les coupons sont également disponibles sur l'application iOS Bons-de-Reduction.com et sur tous les devices (mobiles et tablettes) grâce au nouveau site au design Responsive.

« Pour les marchands partenaires, RetailMeNot propose via ses sites et sa forte audience les meilleures solutions promotionnelles pour générer du trafic rentable en magasin tout en optimisant leurs objectifs stratégiques » **conclut Olivier DAVID.**

Les coupons RetailMeNot Web2Store en bref :

Fonctionnels : imprimables, mobiles et bientôt via SMS
Fluides : selon les demandes sous forme alphanumérique, codes barre ou QR codes
Souples : possibilité de diffuser aux choix des codes uniques ou des codes génériques. Ils peuvent être destinés à une utilisation exclusivement off-line ou hybrides online et offline.
Qualitatifs : comme pour les coupons Web to Web, tous les coupons diffusés sont testés et garantis.
Mobiles : Une nouvelle application IOS et des sites en responsive design, toujours adaptés à la mobilité des visiteurs.
Visibles : les marchands Web to Store bénéficient de l'étendue des mises en avant proposées par RetailMeNot, en Home page, Newsletters, Catégories…. Et d'un Corner dédié.
Performants : RetailMeNot se rémunère uniquement sur les coupons réellement utilisés

Télécharger le communiqué de presse en version pdf ici

Note aux éditeurs
[1] Etude CCM Benchmark Panel / RetailMeNot, juillet 2013

---

https://retailmenot.mediaroom.com/launch-web-to-shop-france