



LE CATALOGUE, UN MEDIA AU CŒUR DU PARCOURS CLIENT



AVANT L'ACHAT

84%

DES FRANÇAIS AYANT
REÇU OU PRIS UN
CATALOGUE PAPIER LE
JUGENT UTILE POUR
S'INFORMER SUR LES
PRODUITS OU SERVICES
D'UNE MARQUE





PENDANT L'ACHAT

94% 89%

DES FRANÇAIS DÉCLARENT S'ÊTRE DÉJÀ RENDU EN MAGASIN APRÈS AVOIR REÇU UN CATALOGUE

DES FRANÇAIS DÉCLARENT S'ÊTRE DÉJÀ RENDU SUR LE SITE INTERNET APRÈS AVOIR REÇU UN CATALOGUE



APRÈS L'ACHAT

95%

DES FRANÇAIS AYANT
CONSULTÉ UN
CATALOGUE TROUVENT
QUE C'EST UN BON
OUTIL DE FIDÉLISATION

LE CATALOGUE, COMPLÉMENT DU DIGITAL



81%

DES FRANÇAIS SONT ATTACHÉS AU SUPPORT PAPIER, POUR EUX UN CATALOGUE EST UN OBJET ASSOCIÉ À UN MOMENT DE DÉTENTE *1



65%

DES FRANÇAIS DÉCLARENT AVOIR UNE BONNE IMAGE DE LA MARQUE QUI LEUR ADRESSE UN CATALOGUE PAPIER*2

LE CATALOGUE, UN MEDIA QUI S'INTÈGRE AU CŒUR DES STRATÉGIES MULTICANAL



78%

L'UTILISATION DE SUPPORTS PRINT ET NUMÉRIQUE EST APPRÉCIÉE PAR 78% DES FRANÇAIS CAR PERÇUE ET UTILISÉE DE MANIÈRE DIFFÉRENCIÉE PAR LES LECTEURS



83%

ANNONCER UN CATALOGUE OU RELANCER SON UTILISATION PAR E-MAIL EST AUJOURD'HUI UNE PRATIQUE ADOPTÉE PAR 83% DES DIRECTIONS MARKETING



96%

DES DIRECTIONS MARKETING
CONSIDÈRENT QUE LES
CATALOGUES PAPIER SONT
UTILES DANS LE PARCOURS
D'ACHAT DES
CONSOMMATEURS





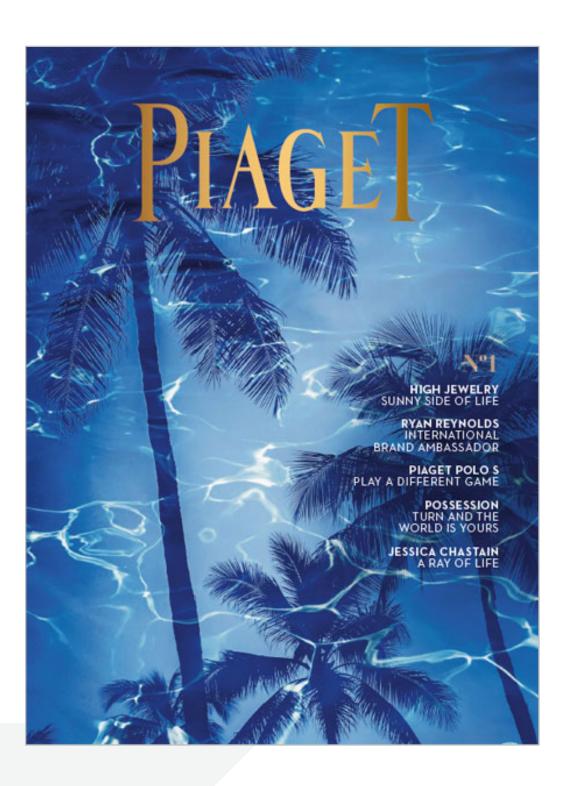
LE CATALOGUE, NOUVEL OBJET CRÉATIF



DES ENTREPRISES INTERROGÉES PENSENT QUE LE CATALOGUE EST UNE VITRINE D'EXCEPTION

BoConcept Urban Danish Design since 1952 ACA B. MANNO PROVECING USERNACIO SERVACIO SERVACIO

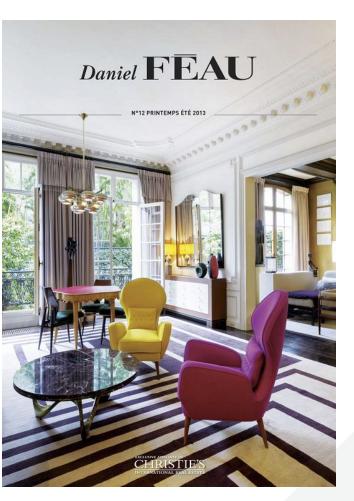






LE CATALOGUE, NOUVEL OBJET CRÉATIF

















LE CATALOGUE ET SES OPPORTUNITÉS DE CIBLAGE

CAMPAGNE CYRILLUS

RÉSULTAT :

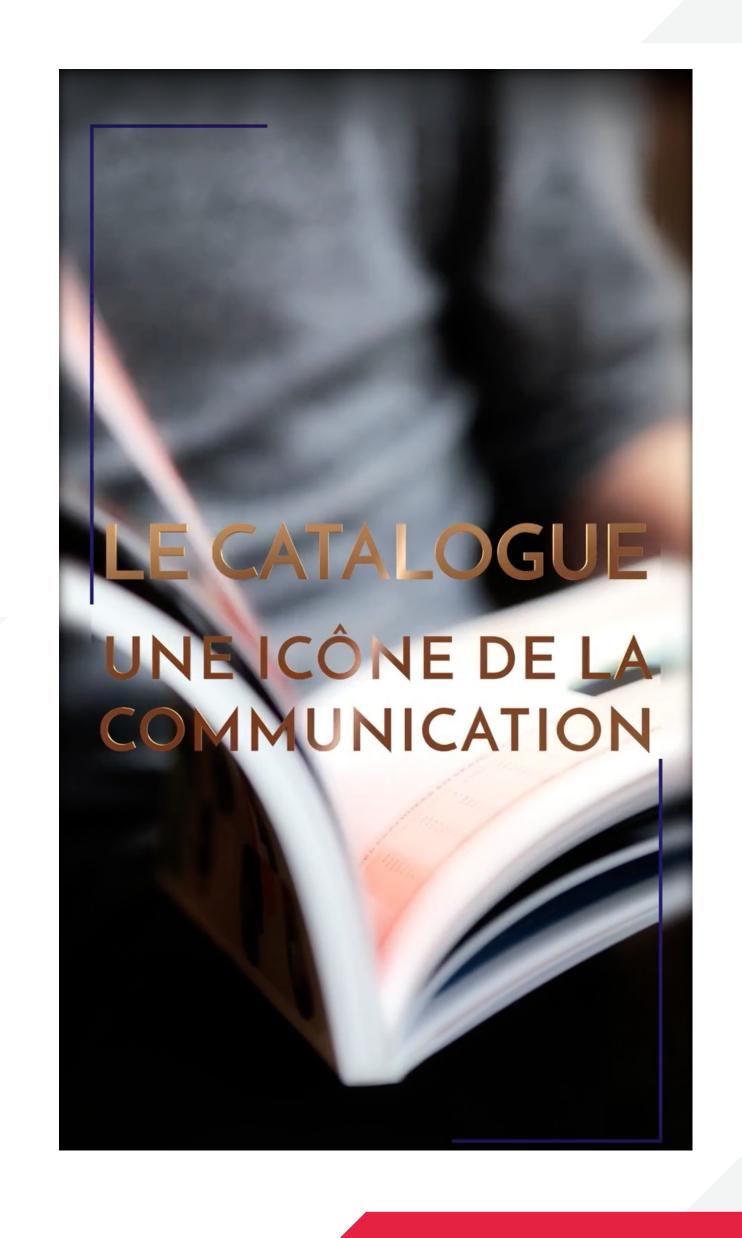


+ 5% DE TRANSFORMATION SUPPLÉMENTAIRE



Source: Smartalog novembre 2016

OFFRE SO CATALOGUE





Pour aller plus loin: rendez-vous sur www.assistant-courrier.laposte.fr/so-catalogue

