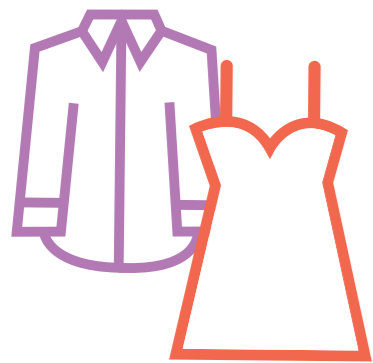


Le marché de l'habillement

UN MARCHÉ TRÈS IMPORTANT MAIS AVEC UN POIDS RELATIF EN BAISSÉ

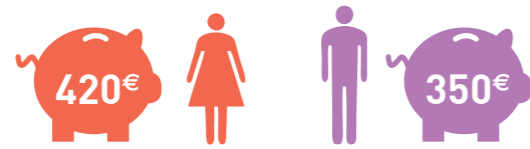
Entre 2000 et 2010, la part des **achats d'habillement dans la consommation des ménages** est passée de 4,2% à

3,3%



UN MARCHÉ COMPLEXE

→ Le budget moyen annuel est de **420€ pour la femme** et de **350€ pour l'homme**.



→ Mais les **19-24 ans garçons et filles** dépensent plus de **600€ par an** en moyenne.

→ Les consommateurs guettent les offres promotionnelles et réalisent presque **50% de leurs achats en prix discount**.



→ L'enjeu est de **fidéliser les clients** pour qu'ils achètent plusieurs fois par an.

PARMI UNE CONCURRENCE DE PLUS EN PLUS FORTE, IL FAUT PRENDRE DES INITIATIVES

+ de 50 000

points de vente proposent des produits d'habillement (magasins spécialisés, hypermarchés, grands magasins, marchés, magasins indépendants, vente à distance...).



Les ventes sur Internet représentent **10%**



Nos solutions pour développer votre activité

Vos temps forts de communication :

JANVIER
MAI
JUIN
SEPTEMBRE
NOVEMBRE
DECEMBRE

GAGNEZ DE NOUVEAUX CLIENTS

FAITES-VOUS CONNAÎTRE auprès des **nouveaux emménagés de votre quartier**

Comment ?

→ En envoyant un courrier auprès des foyers nouvellement installés dans votre zone de chalandise durant les 3 derniers mois.

Pourquoi ?

→ Recruter des clients avant vos concurrents.



Message : faites une offre de bienvenue attractive (-50% sur un article au choix dans un rayon « grand public » : jeans, chemises, écharpes...)

COMMUNIQUEZ sur votre zone de chalandise

Comment ?

→ En diffusant un imprimé publicitaire dans les boîtes aux lettres des foyers de votre quartier.

Pourquoi ?

→ Générer du trafic dans votre magasin.



Message : profitez des temps forts, comme la rentrée scolaire et les vacances, pour faire des remises sur des produits événementiels...

MAXIMISEZ LE POTENTIEL DE VOS CLIENTS

FIDÉLISEZ vos clients en **entretenant une relation privilégiée**

Comment ?

→ En envoyant régulièrement des courriers adressés et des sms à une sélection de clients.

Pourquoi ?

→ Faire revenir vos clients plus souvent, faire consommer plus vos clients, les inciter à promouvoir votre magasin auprès de leurs proches.

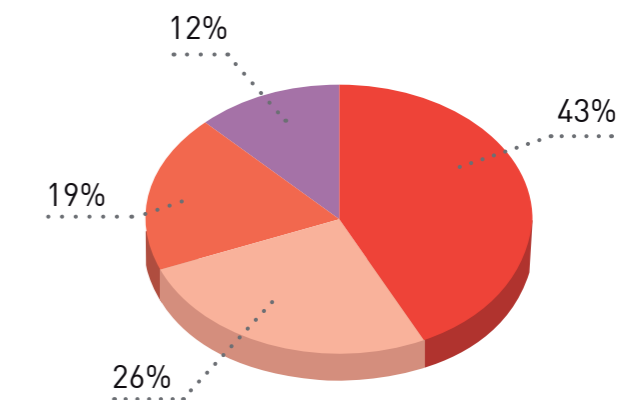


Message : faites des offres promotionnelles régulières sur une sélection de clients pour piloter le trafic de votre magasin. Exemple : «cher(e) client(e), pour vous cette semaine -30% sur un article au choix sur présentation de ce sms, transférez cette offre à vos amis »

Vos investissements en communication

Répartition conseillée de votre budget de communication annuel.

Imprimé publicitaire toutes boîtes
SMS client
Courrier prospect (nouveaux emménagés)
Courrier client



Un investissement annuel de 2% de votre chiffre d'affaires vous permet d'assurer une communication multi-média efficace :

- Plusieurs mailings personnalisés et campagnes SMS auprès de vos clients
- Des campagnes d'imprimés publicitaires
- Des mailings de prospection