

O noua miza in FMCG: cupoanele online pentru promotii

10 Dec 2012 | de Mihaela Popescu



[1]

In ultimii ani, pe fondul diminuării puterii de cumparare, site-urile cu cupoane de reduceri pentru vacante, mese la restaurante si servicii cosmetice s-au inmultit. Desi in FMCG discount-urile si promotiile sunt la ordinea zilei, pe piata nu exista in acest moment un serviciu de e-couponing. Insa el urmeaza sa fie lansat in februarie anul viitor de catre agentia Wave Division in parteneriat cu firma americana Coupons.com. Ce strategii de penetrare a pietei au cele doua companii partenere?

Coupons.com, unul dintre cei mai mari furnizori de cupoane digitale din lume, intra astfel pe piata din Romania prin parteneriat cu una dintre cele mai mari agentii de BTL full service la nivel local. Proiectul se va concretiza in februarie prin lansarea platformei digitale www.cuponreducere.ro [2], o premiera in sectorul FMCG autohton. Conceptul este, aparent, unul simplu: odata printat sau descarcat de pe site, cuponul ofera gratuit consumatorilor reduceri pe loc la achizitia unor branduri FMCG din supermarketuri si hypermarketuri; de partea cealalta, el permite brandurilor sa-si creasca notorietatea in randul consumatorilor.

In spatele platformei online se afla o investitie de circa 250.000 de euro cu o componenta importanta directionata catre asigurarea securitatii procesului de tiparire a cupoanelor in limitele stabilite de branduri, precum si a procesului de recolectare a acestora de la retaileri. De asemenea, platforma se vrea a fi si un instrument de analiza a comportamentului cumparatorilor, detinatorii brandurilor promovate putand avea acces la astfel de informatii ce pot fi utilizate ca suport pentru strategiile lor de marketing.

Proiectul este coordonat de Bogdana Baltasiu, Business Development Director la Wave Division, fost Client Service Manager la Nielsen Romania. In opinia acesteia, „cupoanele online conecteaza intentiile de achizitie ale consumatorilor si lista de cumparaturi cu ceea ce se intampla efectiv in magazin, aducand o componenta suplimentara – de brand equity – in mecanismul de realizare al promotiilor. Se deschide astfel accesul marketerilor catre momentele de planificare, pe care din ce in ce mai multi cumparatori le realizeaza inainte de a ajunge in magazin (70% dintre cumparatori isi planifica cumparaturile, conform studiului realizat de Wave Division in februarie 2012)”.

Romania, prima oprire in ECE

„Este un proiect nou in Romania, in sa pe care brandurile internationale

il cunosc de pe pietele mai mature din Europa in care suntem prezenti deja”, a declarat Oliver Felstead - Managing Director Coupons.com UK&Europe - in cadrul conferintei de lansare oficiala a companiei la nivel local. De ce este Romania prima oprire a americanilor in Europa Centrala si de Est (ECE)? “Avem o strategie de dezvoltare in toata Europa, recent am intrat si pe piata din Grecia cu suportul clientului nostru P&G. Pentru lansarea in Romania ne-am bazat pe studiile de piata realizate anterior, pe discutiile cu retailerii, si ne bazam in continuare pe agentia Wave Division pe care o consideram partenerul potrivit datorita experientei sale pe piata locala”, a comentat Felstead.

Educarea pietei, primul pas

„Suntem onorati ca am devenit partenerul Coupons.com in Romania si ca putem initia un proiect vizionar pentru marketingul online care va influenta comportamentul consumatorului roman, il va responsabiliza si ii va oferi un acces suplimentar la brandurile prezente pe rafturile din magazine, la cele mai avantajoase preturi. In acest moment ne concentram pe educarea pietei: producatori, retailerii si consumatori, pentru ca acestia sa inteleaga beneficiile acestui nou serviciu”, a declarat Al Kamara, CEO-ul Wave Division. El a mai precizat ca, pentru a genera un trafic mare de consumatori pe noul site de e-couponsing in momentul lansarii acestuia va folosi sinergiile create prin dezvoltarea site-urilor emic.ro si cadou.ro - platforme ale agentiei Brandage, pe care o controleaza.

Ce spun studiile de piata

Studiile de piata realizate de Wave Division in februarie 2012 arata ca, in Romania, cumparatorii se bazeaza tot mai mult pe resursele digitale de informare. Una din doua persoane intervievate online declara ca prefera promotiile de tipul reducere de pret per produs. Un procent de 88% dintre cei intervievati spun ca ar printa si ar utiliza cupoanele de reduceri de pe internet pentru orice tip de cumparaturi (60% din cazuri) sau pentru cumparaturi din cosul zilnic (40%). Mai mult, aproape 9 din 10 persoane declara ca sunt dispuse sa schimbe magazinul doar pentru a putea utiliza un cupon de reducere. Coupons.com este o companie cu sediul central in San Francisco si Londra care deruleaza operatiuni in 15 tari si gestioneaza aproximativ 5.000 de site-uri de e-couponsing. Printre clientii sai se numara P&G, Mondelez, PepsiCo, L’Oreal sau Nestle.

Wave Division are o activitate de peste 13 ani in Romania si o retea

dezvoltata in 72 de orase. Agentia a avut anul trecut o cifra de afaceri de aproximativ 5 milioane de euro, dubla comparativ cu 2009. Business-ul sau de baza este, in acest moment, marketingul in-store.

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/articles/o-noua-miza-fmcg-cupoanele-online-pentru-promotii>

Legături

[1] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images//Cupoane-strategii.jpg>

[2] <http://www.cuponreducere.ro>