Etude

60 pages

Terrain d'enquête : Octobre 2017

Décryptage des comportements et attentes des professionnels vis à vis des promotions boissons

Paroles de Professionnels Impact Promos boissons rafraîchissantes sans alcool

foodservicevision.fr

74 bld du 11 novembre 1918 69100 Villeurbanne
T. +33(0)4 37 45 02 65 - F. +33(0)4 37 45 49 74

SAS au capital de 53 550 €
483896338 RCS Lyon

Paroles de Professionnels - Impact promos boissons rafraîchissantes sans alcool

Décryptage des comportements et attentes des professionnels vis-à-vis des promotions boissons

---

Poids de la promotion dans les achats et sourcing des promotions boissons sans alcools

Quelle est la part des achats en promotion dans les achats totaux ?
Quelles sont les différentes sources d'approvisionnement promo des professionnels ? (distributeurs boisson, cash and carry, GMS ...) ?
Est-ce que la promotion est un moteur au changement de fournisseurs ?

Types de promotions boissons sans alcools attendues par les professionnels ?

Quelles sont les attentes spécifiques de promotion en CHD ?
Quelles sont les catégories de boissons sans alcool les plus réactives à la promotion ?
Quels sont les types de promotions attractives (prix barré, lot, matériel, coupon consommateur ...) ?
Quels types de promotion déclenchent le référencement produit ou le réassort ?
Quels sont les types de promotion les plus efficaces en fonction de la saison ?

Modes de consultation des promotions ?

Quel est l'usage réel et le rôle du catalogue promotionnel par rapport aux autres médias (mails, newsletters, SMS...) ?
Les professionnels sont-ils prêts à adopter les solutions digitales ?

Paroles de Professionnels - Impact promos boissons rafraîchissantes sans alcool

Décryptage des comportements et attentes des professionnels vis-à-vis des promotions boissons

Paroles de Professionnels – Impact Promos boisson

L'étude de référence pour optimiser vos investissements promotionnels en hors domicile

Ajuster votre stratégie promotionnelle au regard des attentes des professionnels
Canaux, supports, messages, mécaniques promotionnelles…
Evaluer la perception des professionnels vis-à-vis de l'impact des promotions sur la catégorie boisson
Déclencheur d'achat, fidélisation, fréquence d'achat, quantité d'achat etc…
Identifier vos partenaires distributeurs perçus comme les plus attractifs en prix
Mesurer l'importance des promotions sur les différentes boissons rafraîchissantes sans alcool

Thématiques étudiées

_ Pratiques d'achats des professionnels
_ Perception de la promotion
_ Impact de la promotion
_ Evaluation et attentes vis-à-vis des catalogues promotionnels

Plan

_ Equipement digital et canaux d'achats
_ Impact des promotions sur les comportements d'achat
_ Sensibilité promotionnelle selon les différentes boissons rafraîchissantes sans alcool
_ Utilisation des catalogues
_ Image des distributeurs
_ Leviers promotionnels

foodservicevision.fr

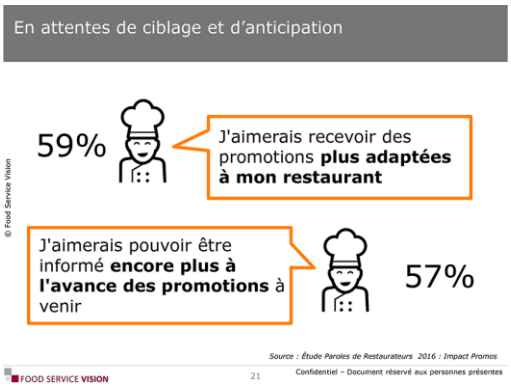
74 bld du 11 novembre 1918 69100 Villeurbanne
T. +33(0)4 37 45 02 65 - F. +33(0)4 37 45 49 74

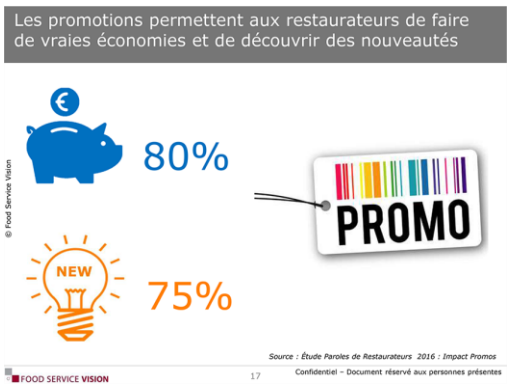
SAS au capital de 53 550 €
483896338 RCS Lyon

Paroles de Professionnels - Impact promos boissons rafraîchissantes sans alcool

Décryptage des comportements et attentes des professionnels vis-à-vis des promotions boissons

Exemples de données





Pour plus d'informations cliquer ici ou flashez le code ci-dessous :

Méthodologie

Cible :

240 restaurateurs indépendants en France (80 restauration traditionnelle / 80 restauration rapide / 80 café bar)

Echantillonnage :

Représentativité assurée par la méthode des quotas

Lecture des résultats par circuits :

Restauration traditionnelle indépendante, restauration rapide indépendante, café bars indépendants

Mode de recueil :

Terrain téléphonique et web

foodservicevision.fr

74 bld du 11 novembre 1918 69100 Villeurbanne
T. +33(0)4 37 45 02 65 - F. +33(0)4 37 45 49 74

SAS au capital de 53 550 €
483896338 RCS Lyon

Paroles de Professionnels - Impact promos boissons rafraîchissantes sans alcool

Décryptage des comportements et attentes des professionnels vis-à-vis des promotions boissons

Bon de commande

Merci de compléter et de faxer cette page au 04.37.45.49.74 ou de nous la faire parvenir à l'adresse mail suivante : m.caufman@foodservicevision.fr

Rapport Paroles de Professionnels – Impact Promos boissons rafraîchissantes sans alcool

Tarifs 2017

☐ Je souhaite recevoir l'étude Paroles de Professionnels – Impact Promos boisson rafraîchissantes sans alcool

Version au format PDF – livraison par messagerie

Prix : 4 800 € HT

Nom :

Email :

Prénom :

Tel :

Société :

Date :

Adresse :

Signature et tampon :

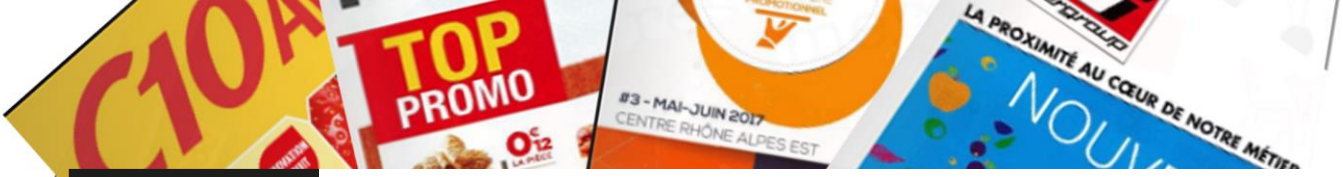
PO :

Conditions de règlement : 100% à réception. Règlement à 30 jours date de facture

foodservicevision.fr

74 bld du 11 novembre 1918 69100 Villeurbanne
T. +33(0)4 37 45 02 65 - F. +33(0)4 37 45 49 74

SAS au capital de 53 550 €
483896338 RCS Lyon



Paroles de Professionnels - Impact promos boissons rafraîchissantes sans alcool

Décryptage des comportements et attentes des professionnels vis-à-vis des promotions boissons

CONDITIONS GENERALES DE VENTE :

La validation par le donneur d'ordre de sa commande vaut acceptation des présentes Conditions générales pleinement et sans réserve.

Article 1 – OBJET

L'objet du présent contrat est de définir les modalités et les conditions selon lesquelles **FOOD SERVICE VISION** met à disposition du donneur d'ordre l'étude multi clients. Ces études multi clients sont établies sur la base d'éléments objectifs qualitatifs et/ou quantitatifs récoltés par la société. **FOOD SERVICE VISION** fait une analyse de ces éléments objectifs afin d'élaborer des lignes directrices figurant dans les études multi clients.

Article 2 - OBLIGATIONS DU DONNEUR D'ORDRE

Il appartient au donneur d'ordre de définir ses besoins et de rechercher si les spécifications des études multi clients y sont adaptées, compte tenu des objectifs qu'il poursuit. **FOOD SERVICE VISION** a mis à la disposition du donneur d'ordre toutes les informations souhaitées pour lui de sorte qu'il puisse prendre toutes décisions utiles.

La société **FOOD SERVICE VISION** confère au donneur d'ordre le droit, non transférable, de faire usage pour son compte unique et personnel des études multi clients et des informations qu'elles contiennent et ce, dans l'unique cadre de son activité.

Le donneur d'ordre s'oblige à n'employer les informations qu'à des fins licites, conformément à la législation en vigueur.

Ainsi, il ne pourra céder à un tiers aucune information fournie et sera tenu responsable de toutes conséquences directes ou indirectes qui pourraient découler de l'utilisation non conforme aux présentes conditions générales de vente des études multi clients ou des informations qu'elles contiennent.

Article 3 - OBLIGATIONS DE FOOD SERVICE VISION

3.1 – Livraison

Les informations contenues dans les études multi clients fournies par **FOOD SERVICE VISION** sont transmises directement à l'Utilisateur par voie électronique.

Aucune fourniture ou service complémentaire n'est implicitement compris.

3.2 – Sur l'exactitude des informations communiquées

FOOD SERVICE VISION recueille les informations figurant dans les études multi selon différentes sources et fait les meilleurs efforts pour en contrôler la crédibilité.

Cependant, malgré tous ces efforts, **FOOD SERVICE VISION** ne peut pas garantir l'exactitude pleine et entière du contenu des études multi. Le donneur d'ordre utilise les informations de **FOOD SERVICE VISION** en connaissance de cause.

Article 4 - PRIX

Les prix présentés par **FOOD SERVICE VISION** sont indiqués en euros, hors taxes (HT) auxquels s'appliquent les taux de TVA en vigueur. Toutes les commandes, quelle que soit leur origine, sont payables en euros à trente jours date de facture. **FOOD SERVICE VISION** se réserve le droit de modifier ses prix à tout moment. Les produits sont toujours facturés sur la base des tarifs en vigueur au moment de l'enregistrement de la commande.

Article 5 - RESPONSABILITE

FOOD SERVICE VISION est soumise de manière expresse à une obligation de moyens.

En cas de mise en œuvre de la responsabilité de **FOOD SERVICE VISION**, le montant de la réparation dû ne pourra excéder le prix de la monographie mise à la disposition de l'Utilisateur.

Article 6 - REFERENCES

FOOD SERVICE VISION aura le droit de faire figurer le nom de l'Utilisateur sur une liste de références, sauf dérogation expresse du donneur d'ordre.

Article 7 - TOLERANCE

Le fait par l'une des parties de ne pas se prévaloir d'un manquement de l'autre partie à l'une quelconque des obligations visées dans les présentes, ne saurait être interprété pour l'avenir comme une renonciation à l'obligation en cause.

Article 8 – CLAUSE D'ARBITRAGE

En cas de litige, les deux parties s'engagent à tout mettre en œuvre afin de résoudre le litige à l'amiable avant d'engager une action en justice

Article 9 - ATTRIBUTION DE COMPETENCE

Les présentes conditions générales sont soumises à la loi française.

En cas de litige non résolu à l'amiable, qu'il soit relatif à l'interprétation ou l'exécution des présentes, et même en cas d'urgence, compétence exclusive est attribuée au Tribunal de commerce de **LYON** qu'il y ait ou non pluralité de défenseurs ou appel en garantie.

Dans le cas où l'une des parties engage une action judiciaire, la partie qui gagne son procès sera en droit d'obtenir le remboursement de ses frais et honoraires.