

10 RAISONS QUI FONT DU
SAC PUBLICITAIRE
VOTRE MEILLEUR OUTIL
DE COMMUNICATION



BtoBAG



INTRODUCTION

Dans la multitude de médias aujourd'hui proposé, se distinguer des autres n'est pas chose facile. Parmi ces exceptions parfois oublié se trouve le sac publicitaire personnalisé. Trop souvent négligé il possède pourtant de nombreuses qualités qui en font un outil de communication indispensable. Mais quelles sont ces 10 principales caractéristiques ?

01 LIEN PHYSIQUE AVEC LE CLIENT

Dans la multitude de médias aujourd'hui proposé, se distinguer des autres n'est pas chose facile. Parmi ces exceptions parfois oublié se trouve le sac publicitaire personnalisé. Trop souvent négligé il possède pourtant de nombreuses qualités qui en font un outil de communication indispensable. Mais quelles sont ces 10 principales caractéristiques ?

« La marque est l'empreinte de l'entreprise sur son marché. »

02 CONTENU PERSONNALISÉ

Les clients cherchent la reconnaissance des marques, plus seulement des produits répondant à leurs besoins. Beaucoup de commerces (restauration, mode, ...) utilisent même le tutoiement, communiquent par sms, adressent leur client de manière directe, etc. Le client est prêt à participer à la communication des annonceurs pour exister et être considéré.

« 66% des clients sont prêts à quitter une marque s'ils se sentent anonymes. »

03 PANNEAU PUBLICITAIRE

Le but premier du sac publicitaire est de diffuser la marque sur la zone de chalandise. Et ce gratuitement par le client. Celui-ci permet à la marque d'élever sa notoriété, et plus encore.

Les clients n'hésitent plus à partager leur expérience produit sur les réseaux sociaux. Certains s'adressent directement aux marques pour exprimer leur ressenti et en faire ainsi la promotion ou le dénigrement. C'est la naissance des micro-influenceurs et de leurs contenus maîtrisés par les marques :

« Le pouvoir au consommateur. »

04 USAGE DÉCOUPLÉ PAR LA DURÉE

La résistance des sacs publicitaires augmente leur visibilité. Elle prolonge leur durée de vie et le temps passé avec la marque, aidé par la valeur montante écologique qui vient prolonger d'autant plus cette durée.

Cette résistance augmente ainsi le nombre de vues et influence les consommateurs en fidélisant voir déclenchant l'achat :

« Le commerce, c'est l'art de la répétition. »

05 SOIGNE L'IMAGE DE MARQUE DU CONTENU

Les sacs personnalisés sont les premiers contenants des produits. Cette valeur que la marque apporte aux sacs est une marque de valorisation. Des sacs de haute qualité marquent le respect pour les clients et les produits vendus et contribuent à l'image de luxe. De la même façon, les sacs cabas krafts pour la restauration sont plus adéquats pour la livraison.

« Harmoniser les valeurs de la marque et les produits enchantent les consommateurs. »

06 VÉRITABLE OUTIL DE STREET MARKETING

Surprendre est une action de séduction. Une marque qui séduit ses consommateurs au-delà de ses produits crée une relation affective. Le changement d'habitude casse la monotonie et les codes. Sous réserve que cela soit cohérent avec ses valeurs, la surprise du client permet de marquer émotionnellement l'audience et la fidéliser.

« Le street marketing est une technique qui utilise la rue pour promouvoir une marque. »



07 FACTEUR DE MEILLEURE EXPERIENCE CLIENT

Voilà très simplement pourquoi le sac personnalisé est attendu par un client effectuant un achat. C'est une partie intégrante de l'acte de vente qui le symbolise. Le consommateur l'attend comme un dû. A fortiori si il a réalisé plusieurs achats c'est aussi le moyen pour les emporter confortablement.

« L'expérience client est la somme des moments vécus et mémorisés durant le parcours d'achat. »

08 PERSONNALISATION POUSSÉE : UN MODÈLE PAR ANNONCEUR

Créer une expérience unique de consommation pour se démarquer sur son marché et fidéliser sa clientèle est le fruit de la concurrence. La personnalisation est un vecteur de différenciation pour sortir du lot et être visible. Les sacs personnalisés sont comme les marques : uniques. Les options de fabrication sont infinies pour capter l'attention des passants dans la rue ou ailleurs.

09 ATTIRER LES CONSOMMATEURS

Nous sommes des individus baignant dans un univers de consommation de masse. Instinctifs dans notre comportement, nous sommes soumis à des pulsions d'achat provoquées par divers éléments : vitrines, écrans, promotions, sacs publicitaires, ... D'autant plus si le porteur du message est connu ou estimé.

« Vos clients ne sont pas seulement votre source de revenue; ils sont le cœur de votre activité. »

10 COÛT HYPER COMPÉTITIF

Avec un coût pouvant aller jusqu'à 1% du CA de la marque, cette dépense est accessible à tous les commerces. C'est le premier de tous les leviers en communication. Au-delà de son coût intéressant, ses attributs en font la composante essentielle de celle-ci.

95% de nos clients sont satisfaits !

“Communication, réactivité, service, qualité, délais, prix... tout est très satisfaisant ! Je recommande.”

Alexandre

“Service client réactif, produits conformes à mes attentes et livrés dans les temps.”

Yolaine

BTOBAG

“ Une rapidité d'exécution, un produit très satisfaisant, et surtout une excellente communication.”

Nadine

“ Je suis client chez BTOBAG depuis 3 années déjà, et je suis très satisfait du service ainsi que de la qualité des sacs! À très bientôt “

Raphael



TOTE BAG PERSONNALISÉ



SAC PAPIER KRAFT



SAC LUXE



SAC CABAS RÉUTILISABLE



BIGBAG



SAC PLASTIQUE

Merci de nous avoir lu !
Retrouvez toute la collection sur notre site internet :
btobag.com



Tel : 09 80 42 10 20

Email : contact@btobag.com

Web : btobag.com

166, Cours du Maréchal Gallieni 33400 TALENCE FRANCE