

3 bonnes raisons d'utiliser des sacs personnalisés.

# COMMENT BOOSTER MES VENTES ?



**BToBAG**





# INTRODUCTION

Le sac personnalisé est né en même temps que le commerce. Depuis toujours, contenu et contenant sont indissociables l'un de l'autre. Aujourd'hui le sac personnalisé transporte les produits du quotidien du passage en caisse jusqu'au domicile. On l'utilise sans réfléchir tant il est utile dans notre mode de consommation.

Malgré cette omniprésence, on pourrait se demander ce qu'il apporte réellement aux commerçants qui l'utilisent. En quoi est-il vraiment indispensable ? Comment assurer son efficacité ? À qui s'adresse t-il ? Quel est l'intérêt pour l'enseigne de distribuer des sacs personnalisés ?

## **À quoi servent les sacs publicitaires personnalisés ?**

Nous vous proposons ici de répondre à cette question en allant au cœur de cette pratique pour observer l'effet du sac publicitaire sur les marques et leurs clients.

Vous y découvrirez l'essentiel de cet outil via les trois axes que sont l'expérience client, la visibilité de la marque et le trafic du magasin. Agrémenté de détails et exemples illustrant les bénéfices du sac personnalisé, vous pourrez facilement tirer parti de ce livre blanc pour votre commerce.



# 01 UNE MEILLEURE EXPÉRIENCE CLIENT

Au-delà des produits, les entreprises créent de la valeur en améliorant l'expérience globale de consommation. Tel est le véritable enjeu de la vente de détail aujourd'hui, en apportant de la valeur les marques investissent sur le long terme.

**« L'expérience client est la somme des moments vécus et mémorisés par le client. »**

Le sac personnalisé contribue à cette expérience client de plusieurs façons. L'une des principales est la prolongation de l'expérience client grâce à des sacs d'une durée de vie moyenne de 2 ans selon la fabrication. Le client est alors doublement satisfait : lors de son achat où il obtient un emballage qui le met en valeur mais également toutes les années suivantes où il conserve ce sac par utilité ou pour son visuel unique par exemple.

**« Offrir de la valeur : c'est augmenter l'expérience client. »**

Le sac publicitaire est aussi un point de contact physique : c'est le contenant du produit. Un produit sans contenant est un produit nu. Mieux, un contenant apprécié augmente l'appréciation pour le contenu. Autrement dit, le sac augmente la valeur du contenu.

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

Plus que les chiffres, le commerce c'est aussi des sensations et des intuitions. Et à ce titre le sac est un champ sensoriel à exploiter, un outil de séduction qui peut surprendre, amuser, distraire,... C'est alors le moyen pour la marque pour dépasser le produit et le simple acte de vente et développer une vraie relation privilégiée avec le client. Celui-ci sera d'autant plus conquis qu'il se sent unique.

Chez certaines enseignes, l'acte de vente tient du rituel : il faut enchainer le client. Prenons pour exemple une bijouterie : elle ne saurait vendre un produit sans un sac à l'effigie de la marque. De la même manière certains secteurs ont intégré les sacs personnalisés à chaque contact avec le consommateur : le luxe, l'événementiel, la mode et bien d'autres. Le sac personnalisé est la marque du soin que vous portez à vos produits, mais aussi à vos clients.



# 02 UNE MEILLEURE VISIBILITÉ DU CONTENU

Le sac personnalisé profite d'un excellent impact. Avec 75% de mémorisation (autant qu'une pub de cinéma), l'objet publicitaire tient la première place dans une campagne de communication. Sa visibilité exprime le degré d'exposition du contenu à sa cible. Elle renforce votre notoriété en diffusant votre message auprès des clients et prospects.

Pour optimiser cette attention de la part du public, les marques jouent de plusieurs facteurs :



## TAILLE

Un sac classique (32 x 41 cm) a une surface de 0.13 m<sup>2</sup>. 1.000 sacs (commande moyenne) couvrent donc autant que 10 panneaux publicitaires de 4 x 3 m.



## ATTRACTIVITÉ DU CONTENU

Message, couleurs, formes, créativité du design, ...



## MOBILITÉ

Les sacs personnalisés sont animés par vos clients. De même que les vidéos, ils captent mieux l'attention que les contenus fixes.

Le nombre de sacs sur la zone est un indicateur : il exprime le nombre de clients qui achètent vos produits dans votre point de vente. Pour un passant c'est donc l'indicateur du nombre de clients qui vous font confiance et donc de l'intérêt qu'il a à venir acheter dans votre magasin.

« Le sac personnalisé est l'empreinte de la marque sur son territoire. »



# 03

## UN MEILLEUR TRAFIC EN MAGASIN

Tout consommateur dans une zone commerciale est potentiellement client. Sciemment ou pas, il se rend sur une zone ou un quartier car il a un lien avec : client captif ou prospect, le hasard n'existe pas. Il fait le choix d'un endroit plus qu'un autre, de l'autre côté de la vitrine le passant est à l'écoute de ses désirs et exposé aux offres commerciales. Il ne tient alors qu'au commerçant de capter son attention.

Voilà pourquoi le sac personnalisé est l'outil par excellence de street marketing pour faire rentrer les consommateurs.

Le trafic est le fruit d'un travail en amont : le couple « expérience client – exposition publicitaire » qui crée un meilleur trafic magasin. Scène de rue : Des clientes tellement emballées par leurs achats font eux-mêmes la promotion de l'enseigne devant la vitrine (dont les vidéos peuvent se retrouver en ligne pour le bien de la marque) ... Ou encore : La terrasse bien remplie d'un restaurant convainc les touristes sceptiques sur les cartes ... Une forte densité de sacs publicitaires fait le même effet. Cela repose sur le fait

de la preuve sociale et l'effet de masse. Clairement, un sac publicitaire doit susciter la curiosité. C'est à cette condition que le client s'intéresse au magasin. Le phénomène est encore plus fort dans les zones touristiques où les clients qui ne connaissent pas l'offre commerciale locale sont curieux de trouver des spécialités ou des bonnes affaires.

Reprenons l'exemple d'un sac évènementiel. Plus élaboré visuellement, ils possèdent en règle générale des graphismes particuliers et des informations utiles. C'est ce qui en fait des sacs très efficaces qui marquent l'esprit des gens au point de créer un souvenir précis pour leurs propriétaires. Il ne reste plus qu'à choisir les contenus de messages à adresser à vos clients.

Diverses options sont disponibles pour les marques : idée créative, utilisation de la saisonnalité... Selon les produits ou services, elles ont le loisir de choisir les moments les plus pertinents : ouverture de saison, promotions nouveautés, événements, occasions de fêtes (Soldes, Noël, etc).

« Beaucoup de clients achètent dans ce magasin : je dois y aller ! »



**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



*“ 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](mailto:contact@btobag.com)

Web : [btobag.com](http://btobag.com)

166, Cours du Maréchal Gallieni 33400 TALENCE FRANCE