

# Auchan, Mars et P&G boostent le nombre d'avis sur leurs produits avec budgetbox

Paris le 13 mars 2019,

**Plébiscités par les consommateurs et accélérateurs de ventes, les avis clients sur les produits deviennent incontournables sur un site e-commerce. Les distributeurs et les marques ont besoin que leurs produits affichent un nombre d'avis suffisant pour en voir les bénéfices. C'est pourquoi Auchan Retail France, Mars et Procter & Gamble ont utilisé le nouveau format de la plateforme marketing de budgetbox : Review Booster.**

## **L'apparition des avis clients en grande distribution**

Les consommateurs d'aujourd'hui sont de plus en plus à la recherche de transparence et d'informations sur les produits qu'ils achètent. Après l'hôtellerie, la restauration, l'électroménager et d'autres secteurs, les avis clients ont fait leur apparition dans l'alimentaire. Auchan a fait partie des précurseurs en les intégrant sur son site Auchan Drive dès 2016.

L'arrivée des avis en grande distribution est appréciée par les clients : 68% des consommateurs digitaux consultent les avis sur les produits du quotidien<sup>1</sup>.

Les avis clients sont également un fort levier de business pour les retailers et pour les marques : lorsqu'un produit atteint 50 avis, ses ventes augmentent en moyenne de 30% ! Et lorsqu'il atteint 200 avis, la hausse des ventes atteint 44%<sup>2</sup>.

Cependant, les e-commerçants et les marques peinent à récolter des avis sur les produits du quotidien. La raison ? Ces produits sont perçus comme moins engageants qu'une expérience dans un restaurant ou un hôtel par exemple.

## **Une solution pour booster le nombre d'avis sur les produits du quotidien**

Pour augmenter rapidement le nombre d'avis sur les produits de son site e-commerce, Auchan Retail France a utilisé la plateforme marketing de budgetbox. Via cette plateforme connectée à sa solution de gestion d'avis clients, Bazaarvoice, Auchan a récompensé ses clients en échange de leur avis sur certains produits achetés.

La récompense du temps passé se fait sous la forme d'un bon de réduction à valoir sur un prochain achat du produit sur lequel le consommateur a donné son avis.

*« Nous avons un fort enjeu d'augmenter les avis et les commentaires sur les produits de notre site Auchan Drive. Le format Review Booster nous permet d'y répondre, tout en apportant du pouvoir d'achat à nos clients. La récompense du partage de l'avis par un bon de réduction, très appréciée, justifie notre prise de parole et renforce l'attachement à l'enseigne. »* Gauthier Dupont, Responsable partenariats data, chez Auchan Retail France.

Le bon de réduction est financé par la marque. Les groupes Mars et Procter & Gamble ont été les premiers à tester la solution en décembre 2018.

*« Les consommateurs ont besoin d'être rassurés sur les produits qu'ils achètent et une grande majorité va se tourner vers les avis de ses pairs. Nous avons la volonté de leur apporter un maximum de transparence et d'informations sur nos produits. Via le format Review Booster par budgetbox nous leur donnons accès à un plus grand nombre d'avis clients en récompensant les contributeurs. »*

Antoine Saillour, responsable des comptes Auchan, chez Procter & Gamble.

### Comment ça marche ?

Après avoir acheté un produit sur Auchan Drive, le client reçoit par mail une proposition pour donner son avis sur ce produit, en échange d'un bon de réduction.

Le client clique sur le mail et est redirigé directement sur une page pour donner son avis et laisser un commentaire sur le produit en question. Une fois l'avis validé, il retrouve son bon de réduction dans son compte sur le site Auchan Drive.

### Les résultats

Le format du mail d'avis intégrant un bon de réduction a permis d'augmenter les performances : le taux de transformation du mail a été **multiplié par 2 !**

La solution permet ainsi d'obtenir rapidement un nombre d'avis significatif sur les produits, pour la plus grande satisfaction du distributeur, des marques et des consommateurs finaux.

*« Les avis sont très importants sur le petfood. Les maîtres aiment prendre soin de leurs animaux et la recommandation des pairs est aujourd'hui clé dans le choix des shoppers. Plus il y a d'avis et plus les clients sont rassurés sur la qualité des produits. Le format proposé par budgetbox est efficace pour générer plus d'avis mais aussi pour tisser une bonne relation avec nos clients en valorisant le temps qu'ils passent à partager leurs retours sur nos produits. »* Laurent Besnier, E Commerce Sales Channel chez Mars Petcare.

(1) Source : Etude Harris Interactive – budgetbox 2018

(2) Source : Etude Bazaarvoice 2016



### A propos d'Auchan Retail France

Commerçant multiformat et phygital Auchan Retail France réunit tous les formats du commerce alimentaire, physique - hypermarchés, proximité et ultraproximité - et digital –drives et livraison à domicile, en magasins ou en points relais. L'entreprise compte 641 points de vente et 73800 collaborateurs en France. Elle a enregistré plus de 445 millions de visites dans ses magasins ou sur ses sites marchands en 2017. Elle a l'ambition de répondre aux attentes de ses clients, quels que soient leurs modes de courses, et de leur permettre de mieux vivre au quotidien, avec une marque unique, connectée et responsable et un commerce attentionné, engagé et audacieux.

Contacts presse Auchan Retail France :

Anne-Sophie Callens • [ascallens@auchan.fr](mailto:ascallens@auchan.fr) • +33 (0)6 18 43 10 59

François Cathalifaud • [fcathalifaud@auchan.fr](mailto:fcathalifaud@auchan.fr) • +33 (0)6 21 09 84 35

### A propos de budgetbox :

Depuis plus de 10 ans, budgetbox est le partenaire des enseignes et des marques de grande consommation dans le développement de l'engagement du consommateur sur tous les parcours digitaux : en ligne (drive, livraison) et en magasin (self scanning mobile et scannette).

budgetbox collabore avec les groupes majeurs de la grande distribution comme Auchan Retail, E.Leclerc, Groupe Casino ou Carrefour ; et avec 80% du top 20 des groupes d'industriels FMCG : Procter & Gamble, Neslé, Danone, Unilever, Bel, Mars, Lactalis, Mondelez, Pepsico, Coca-Cola...

budgetbox propose aux enseignes et aux marques une plateforme marketing pour booster l'efficacité de leurs dispositifs publicitaires avant, pendant et après les courses (DOOH, publicité display et vidéo, recommandations produits, avis, sites CRM...)

Comment ? En intégrant aux communications classiques de l'interactivité, de la personnalisation et une remise immédiate. Trois leviers clés pour générer l'impulsion !

budgetbox a également créé l'application de self scanning leader en France, pour rendre le parcours d'achat en magasin aussi riche, rapide et personnalisé qu'en e-commerce (paiement in app, avis clients, offres personnalisées, GPS de courses...)

Contact presse budgetbox :

Mathilde Ginisty • [mathilde.ginisty@budget-box.com](mailto:mathilde.ginisty@budget-box.com) • +33 (0)6 49 42 31 93