

Accueil Retail

HighCo digitalise le bon de réduction immédiat et lance un coupon 100% mobile

Publié par La Rédaction le 16 mars 2021 - mis à jour à 16:50



Nouveauté dans le monde de la promo : le groupe HighCo, expert en data marketing et communication, lance le coupon de réduction 100 % mobile.

[Je m'abonne](#)

Selon une étude réalisée par Ipsos en 2020 sur les nouveaux comportements du consommateur, 74 % des Français se déclaraient prêts à utiliser le coupon de réduction sur smartphone s'il existait.

Restait à " cracker " le modèle... HighCo y est parvenu et avec une cinématique d'utilisation très simple. Il suffit désormais de flasher un QR code situé devant chaque produit éligible afin d'obtenir le coupon de réduction en seulement 2 clics et sans installer aucune application. Une fois en caisse, le consommateur n'a plus qu'à présenter son téléphone pour bénéficier immédiatement de la promotion. Une remise immédiate accordée par la marque à ses consommateurs lors du passage en caisse.

Cette solution vient d'être lancée, en avant-première, dans les officines des groupements Le Gall Santé Services et Pharmavance, en partenariat avec le logiciel de gestion Smart RX. Une innovation qui sera bientôt, déployée dans plusieurs milliers de pharmacies et dans les enseignes de grande distribution alimentaire.

Dans le cadre de ce lancement, HighCo gère l'intégralité du dispositif : génération sécurisée du coupon sur le mobile du consommateur, vérification lors du passage en caisse et remboursement des points de vente. Un parcours 100 % mobile et sans couture de bout en bout !

Cette dématérialisation du coupon de réduction permet aussi aux marques d'ouvrir considérablement leur champ des possibles. A l'avenir, elles pourront mieux personnaliser les offres de réduction proposées à chaque consommateur et les émettre sur l'ensemble des canaux digitaux (email, sms, display, réseaux sociaux...). De quoi augmenter significativement la capacité de mesure et l'efficacité des opérations. Autre avantage pour les marques : la réactivité. Les campagnes de coupons de réduction mobiles pourront être activées en quelques jours, voire même quelques heures, redonnant ainsi à la promo ses atouts " tactiques ".

" Les équipes de Le Gall Santé Services sont mobilisées au quotidien pour conseiller et accompagner nos clients. Lorsque HighCo et SmartRX nous ont proposé de lancer cette innovation en avant-première, nous avons tout de suite répondu " oui " ! ", s'enthousiasme Céline Boultareau, Directrice des Opérations Le Gall Santé Services. " Nous allons pouvoir offrir à nos clients plus de remises avec un nouvel outil promotionnel plus pratique et plus écologique. Et nous sommes fiers de pouvoir en faire bénéficier notre patientèle ! "

L'innovation devrait également intéresser les industriels et les retailers ; plus rapide à mettre en place que le coupon de réduction papier, mieux ciblé et plus écologique, le coupon 100 % mobile complète très efficacement la version papier. Selon l'étude Ipsos, il contribue aussi à moderniser l'image des enseignes (pour 70 % des personnes interrogées) et des marques (57 %).

A lire aussi

[Le coupon digital, plébiscité par 75% des Shoppers selon High Co et Ipsos](#)

[Je m'abonne](#)

La rédaction vous recommande

- ▶ **Le coupon digital, plébiscité par 75% des Shoppers selon High Co et Ipsos**
- ▶ **S4M et HighCo Box lancent le Drive-to-Shelf**

- ▶ Le digital, axe de développement majeur de Burger King en 2019
- ▶ Franprix mise sur "Bibi!" pour fidéliser ses clients

Accueil Retail

Le coupon digital, plébiscité par 75% des Shoppers selon High Co et Ipsos

Publié par Clément Fages le 25 juin 2020 - mis à jour à 17:33



Alors que la digitalisation des outils de promotion est un sujet récurrent, 74 % des Français sondés se déclarent prêts à utiliser le coupon de réduction digital sur leur smartphone d'après une récente étude réalisée par HighCo Data en partenariat avec Ipsos.

[Je m'abonne](#)

D'un côté les recommandations sanitaires qui favorisent le sans contact et la dématérialisation des tickets de caisse et des coupons de réduction, de l'autre, la crise économique qui s'annonce et rend les consommateurs particulièrement réceptifs aux offres promotionnelles. C'est dans ce contexte qu'HighCo Data dévoile, en partenariat avec Ipsos, une étude sur le comportement des shoppers en magasin, réalisée auprès d'un échantillon représentatif de Français âgés de 18 à 65 ans. L'étude révèle que 3 possesseurs d'un smartphone sur 5 s'en servent pendant leurs achats pour comparer les prix ou scanner

des produits. De plus, *"elle confirme que les consommateurs demeurent très gourmands en promotion. Ainsi, le prix (94 %) et les promotions (71 %) constituent les principaux drivers du choix de magasins pour les courses du quotidien, devant le critère de la qualité du produit. Et ce, tout particulièrement pour les Millenials (82 %)"*, détaille le communiqué de presse de HighCo Data.

Toujours en matière de promotions, le coupon de réduction immédiat "apparaît largement favori (37 %, devançant les avantages liés aux cartes de fidélité et autres options) pour sa simplicité d'utilisation, le service qu'il procure et les réelles économies générées", note l'étude, qui met en avant, dans le contexte de crise sanitaire et écologique, l'intérêt du coupon dématérialisé : *"Plus rapide que son prédécesseur, plus écologique, plus innovant, il modernise en outre l'image des enseignes (pour 70 % des personnes interrogées) et des marques (57 %), offrant à ces dernières davantage de souplesse et d'opportunités de personnalisation."* Ainsi, ce format est plébiscité par 74% des sondés.

[Je m'abonne](#)

La rédaction vous recommande

- ▶ **HighCo digitalise le bon de réduction immédiat et lance un coupon 100% mobile**
- ▶ **Quels sont les déclencheurs d'achat des Français en point de vente ?**
- ▶ **Les promotions continuent d'attirer les Français en magasin**
- ▶ **Alimentaire : Un Français sur deux est plus attentif aux prix depuis la crise sanitaire**

Clément Fages

Journaliste tout terrain, je couvre tous les aspects du marketing et plus particulièrement les stratégies des marques. J'aime aussi l'Histoire. Suivez-moi [...].

[VOIR LA FICHE](#)

La Lettre de la Rédac

Chaque matin, l'essentiel de l'actu

Mon email

Eloïse Cohen,
rédactrice en chef

Ok