



# PHILIPS

sense and simplicity

## Les bénéfices d'une double implantation food / non food

### L'apport d'une campagne Web+TV





## La France, leader d'un projet européen

» Pour tester 100% du mix



» avec le groupe GfK



Le système



o un rasoir électrique



o une lotion



o implantés au rayon

Petit Electroménager

Hygiène / Beauté



# Une double implantation a t-elle un effet sur les ventes ?



# Mise en place de la double implantation





La double implantation = efficace sur les ventes !

+37%



+20%

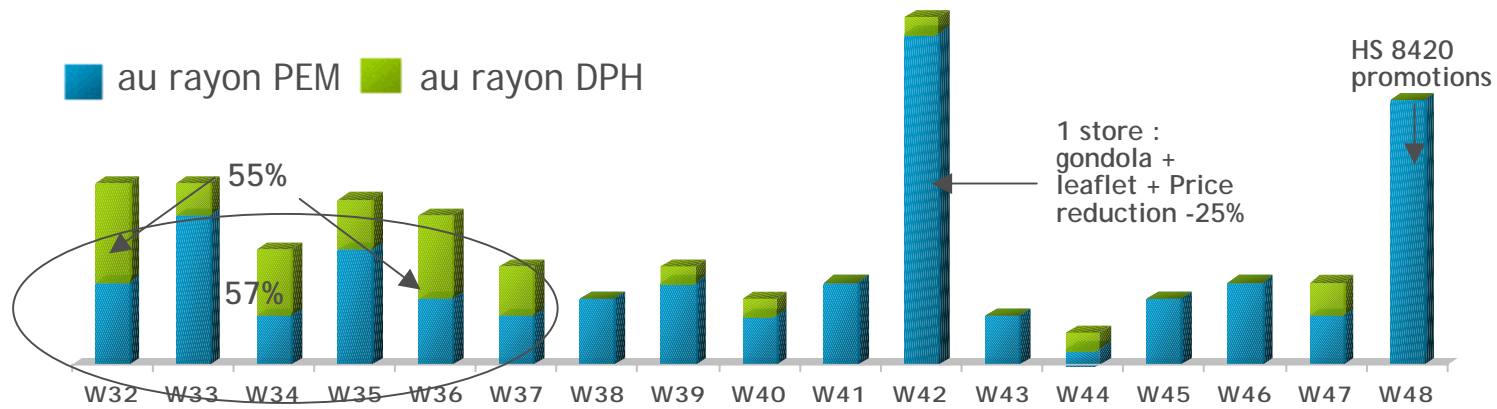




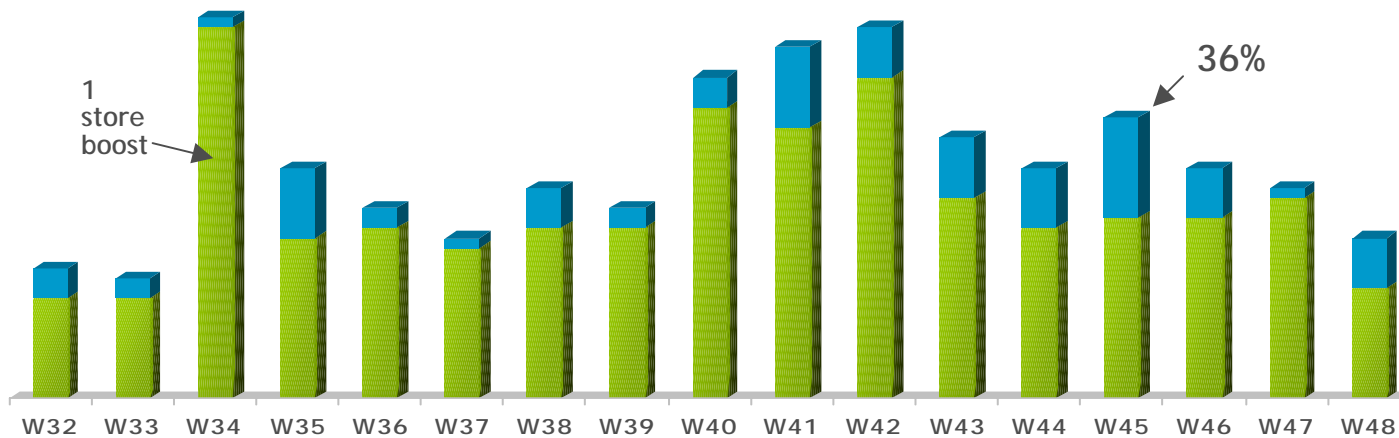
# Une mise en place à différencier

## Rasoirs en DPH

une double implantation à concentrer pour les temps forts du rayon



## Lotion en Petit Electro Ménager : un impact permanent





## Tenir compte des contraintes des chefs de rayons



« Accompagner les rasoirs électriques au rayon HB avec + d'informations »

« Aider la logistique entre les 2 départements »



# Web ou Web + TV

que choisir pour augmenter  
**les ventes ?**



# Test Communication : TV (410 GRP - 20s)

Periode : S49 à S52 2009

Cible : Homme 25-34 ans

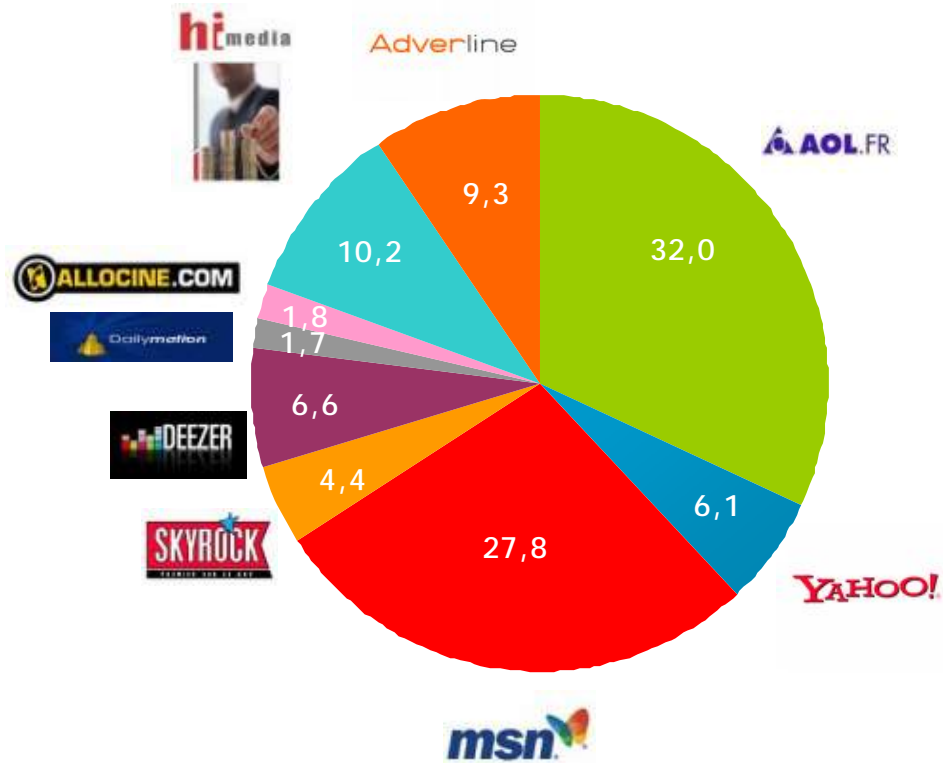




# Test Communication : Online

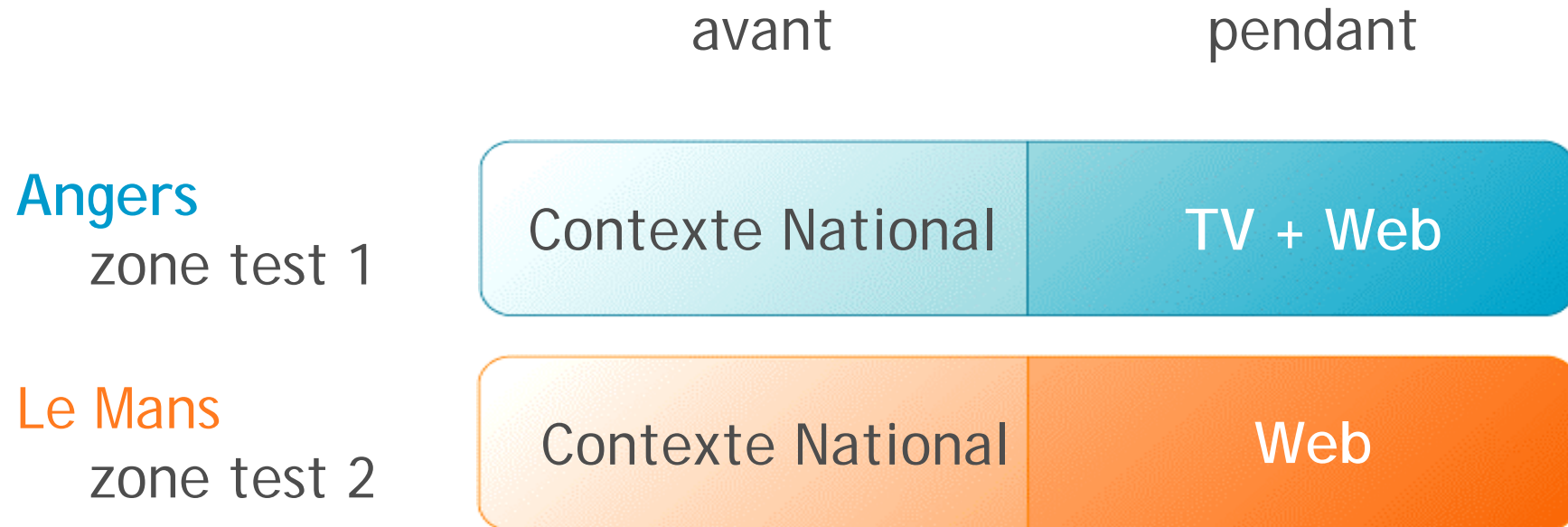
Sites choisis pour la campagne  
(du 1 au 31 decembre)  
(Cible : Homme 15-25 ans)

Impressions bought





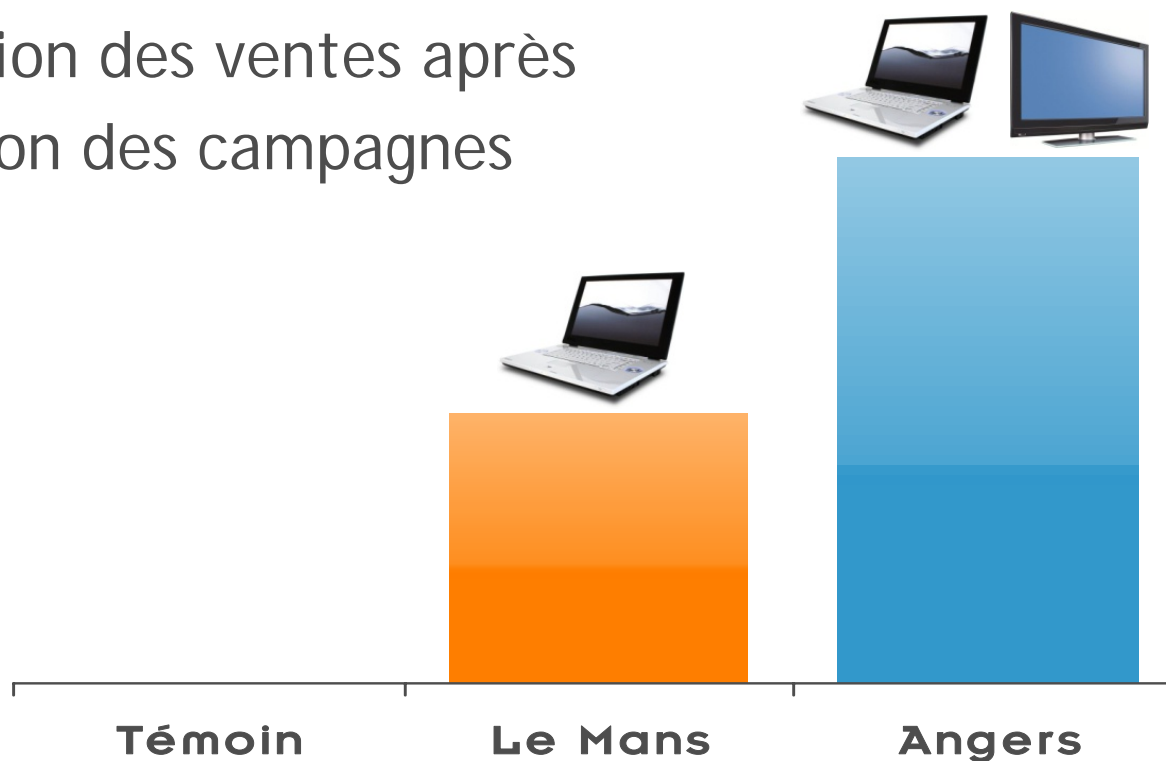
## Plan de Test pour évaluer l'efficacité des plans médias sur la période phare de Noël





## Des actions média complémentaires sur le temps fort des cadeaux de Noël

Evolution des ventes après  
diffusion des campagnes







# Quelles actions mises en place suite aux tests ?



## Un déploiement international

Élément testé	Pays	Décisions prises
Double implantation		Déploiement en hypers
Media		↗ du ON Line dans le plan média
Etude générale		Collaboration avec Beiersdorf étendue en Europe