

Dolmen convertit la distribution à la gamification avec sa solution Play & Buy

Rennes, le 11 janvier 2018

Plus qu'un buzz word, l'expérience client s'est imposée comme un impératif pour les acteurs de la distribution. Les sites marchands, pour des raisons de différenciation, ont été les premiers à s'en emparer. Suivis par la distribution spécialisée. La grande distribution, quant à elle, y a longtemps été imperméable. Toutefois dans un contexte où ni le prix ni le produit ne suffisent plus à attirer les clients en magasin, la grande distribution doit aussi repenser son attractivité. Bref, se remettre en question. Une nécessité accentuée par l'actualité récente, où les 5 week-ends consécutifs de mobilisation des gilets jaunes ont éloigné les clients des points de vente au profit de commerçants en ligne rompus aux nouveaux fondamentaux de l'expérience client.

Dolmen Play & Buy au secours des magasins physiques

En réponse à ces enjeux, Dolmen, expert en marketing client local, lance une toute nouvelle expérience de jeu « *Drive to store* ». L'idée est d'utiliser la gamification comme levier d'engagement client, d'acquisition de données et de chiffre d'affaires significatif et mesurable. « *Nos clients, les points de vente physiques doivent relever 2 défis : aller chercher les clients sur le web & les réseaux sociaux et les amener en magasin pour leur proposer une expérience.* » constate **David Godest, CEO de Dolmen.**

Play & Buy moteur de résultats significatifs

Depuis plusieurs mois, des dizaine points de vente testent la mécanique Play & Buy. Alors qu'ils ont fait face à une période particulièrement hostile, les premiers résultats sont prometteurs et les bénéfices réels :

- **+50% à +90% de panier moyen**
- **40% de conversion sur la publicité Facebook**
- **+ 60% de conquête de nouveaux clients**

Antoine Robert, Directeur du magasin Super U de Saint Jean de Monts (85) partage son enthousiasme : « *On sent l'engouement de nos clients. Le jeu, le fait de gagner en live, ça plait ! On constate une hausse de notre panier moyen et on s'attend à 100% de retour en magasin. Autre effet immédiat : l'opération booste le flux en point de vente. En cette période compliquée pour nous les commerçants, on voit nos clients venir tous les jours quand ils ne venaient que 2 fois par semaine car ils savent que tous les jours, ils peuvent gagner leur caddie* »



Sur son smartphone, la cliente découvre en live si elle a remporté son chariot

Simple et immédiat, Play & Buy remporte un réel enthousiasme auprès de ses utilisateurs. A travers les leviers online (Facebook Ads, Google Ads, URL dans SMS) ou relais instore les clients et prospects s'inscrivent pour participer à un jeu comme « 1 chance sur 10 de gagner son chariot ». Le client se rend en caisse après avoir réalisé ses achats, renseigne le montant de son panier et découvre s'il a gagné. Le remboursement se fait sous forme de bon d'achat et le jeu génère une visite supplémentaire. Les bénéfices pour le commerçant sont multiples :

- Augmentation immédiate du chiffre d'affaires
- Visibilité et engagement via les réseaux sociaux
- Mesure des retours sur investissements media
- Mise en œuvre rapide et sans matériel

Lancement en grande pompe à New York

Fort de son succès en phase de test, Play & Buy sera lancé officiellement à l'occasion de la NRF à New York le 13 janvier. « Nous avons l'honneur d'avoir été sélectionné par Business France pour participer à la NRF, la grande messe mondiale du retail. C'est une opportunité idéale de présenter notre dernière solution qui annonce déjà les prémises d'un vrai succès auprès de notre écosystème » se félicite **David Godest**.

A propos de Dolmen

Créé en 2011, Dolmen accompagne les points de vente dans leur stratégie de connaissance-clients et leur permet d'établir avec eux des relations de proximité. Sa plate-forme digitale tout-en-un adresse les 3 besoins complémentaires de tout point de vente (Data Acquisition, Data Management et Data Activation) en totale conformité avec le RGPD. Aujourd'hui, plus de 1 000 commerces utilisent Dolmen pour recueillir et valoriser les données de leurs clients et prospects. Avec son siège à Saint-Grégoire (35), Dolmen compte 120 collaborateurs et est présent dans plusieurs pays d'Europe. Pour de plus amples informations, visitez <http://www.dolmen-tech.com>

Contacts presse

dolmen@rumeurpublique.fr

Cédric Landu et Agathe Huez / 01 55 74 52 31 / 01 55 74 52 24

delphine.jugon@dolmen.tech

Delphine Jugon / 07 68 77 43 15

