



Tarifs nets / Paru  
**1 à 2 parutions**  
 Cash commande

Pleine page 140  
 1/2 de page 90  
 1/3 de page 70  
 1/4 de page 60  
 1/8 de page 50

Tarifs nets / Paru  
**3 à 5 parutions**  
 Cash trimestre

Pleine page 120  
 1/2 de page 80  
 1/3 de page 60  
 1/4 de page 50  
 1/8 de page 40

Tarifs nets / Paru  
**6 à 12 parutions**  
 Cash trimestre

Pleine page 90  
 1/2 de page 70  
 1/3 de page 50  
 1/4 de page 40  
 1/8 de page 30

06 23 89 73 71

Paraître dans **Le MAG**, c'est pouvoir communiquer ses offres à la clientèle, mais aussi soutenir une publication **au service de tous**.

## SPÉCIAL PROS

## L'ANIMATION COMMERCIALE POUR ATTEINDRE VOS OBJECTIFS DE CHIFFRE

Un point de vente ne doit pas se résumer uniquement à un lieu de vente mais s'envisager comme un point de rencontre et d'échanges avec les clients. S'ils choisissent d'entrer dans une boutique c'est parce qu'ils ont des attentes particulières. Si celles-ci ne sont pas satisfaites, les clients déçus se tourneront vers des concurrents.

L'animation commerciale a pour objectif de vous faire connaître, d'établir votre réputation, de booster le trafic de vos boutiques (en dur ou en ligne) pour accroître vos ventes et assurer la fidélisation de votre clientèle !

Trop souvent laissées de côté dans les commerces indépendants, les opérations commerciales sont pourtant indispensables pour sortir du lot et favoriser son commerce.

### OBJECTIF 1

#### L'ANIMATION COMMERCIALE POUR ACQUÉRIR DU PASSAGE

En proposant des actions commerciales ponctuelles, vous attirez immédiatement plus de trafic en magasin et dans votre boutique web.

Quel consommateur dirait NON à un produit offert pour un lot acheté ? Pour que l'acquisition de trafic soit maximale sur vos différents canaux de vente, votre animation commerciale devra bien entendu s'appuyer sur différents relais de communication comme les réseaux sociaux, l'emailing, les SMS, les vitrines.

### OBJECTIF 2

#### FAIRE GRIMPER LE PANIER MOYEN

Augmenter le panier moyen est un objectif permanent pour un commerçant. Comment inciter les clients à ajouter des articles supplémentaires dans leur panier ?

Le Merchandising croisé (cross-selling pour le e-commerce) est votre atout ! Pour rappel il s'agit de proposer un univers thématique complet afin de déclencher des ventes complémentaires sous l'effet de la séduction. Cependant une vente flash, un coupon ou un jeu concours sous condition d'achat minimum remplissent également cet objectif.