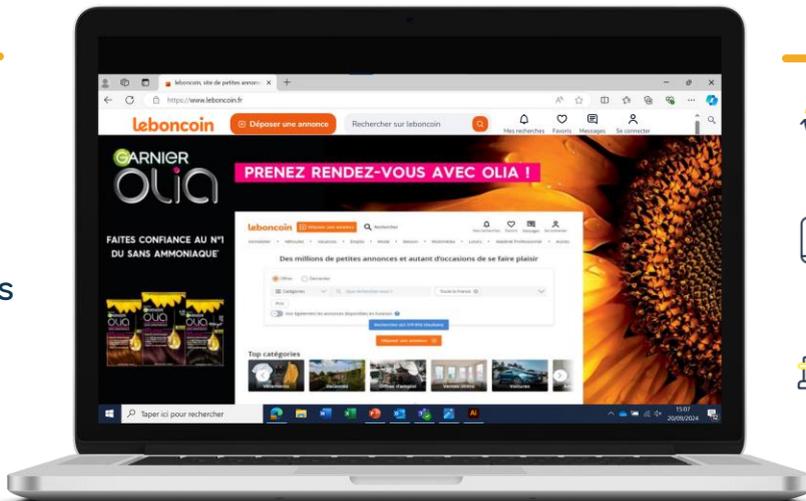


Une campagne fréquence pour réduire le cycle d'achat de la coloration

ENJEUX DE LA CAMPAGNE



Améliorer la récurrence d'achat d'un produit à faible fréquence : les colorations



SOLUTIONS DÉPLOYÉES



Un nouveau KPI de mesure : la fréquence d'achat



Un cadre de diffusion adapté à la consommation media des shoppers



Fil rouge annuel avec une étude réalisée chaque trimestre.

RÉSULTATS

RÉDUCTION DE LA DURÉE
ENTRE DEUX ACHATS

GARNIER
olia

4 JOURS

de gagnés sur le cycle d'achat