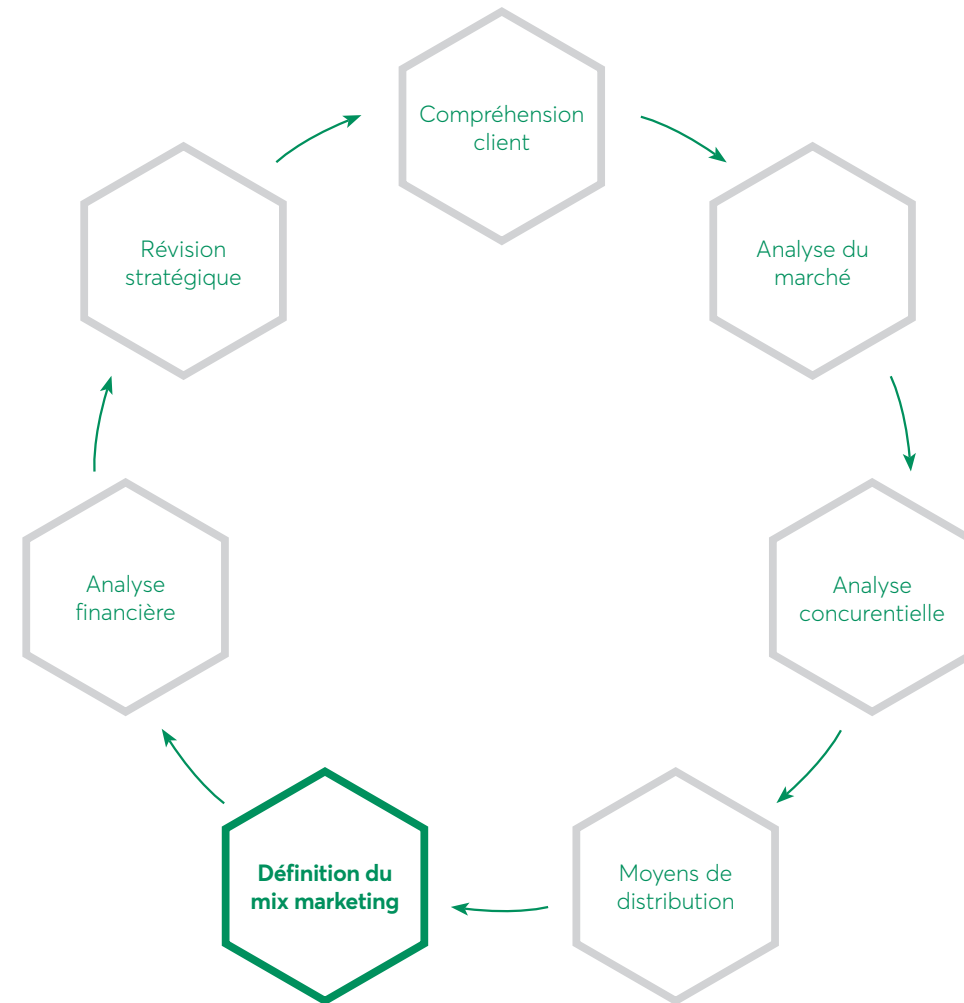


# Trucs et astuces marketing 101

Le marché étant en constante évolution, il est important de continuellement réviser et optimiser votre stratégie marketing.

Dans le cadre du retrait du service de financement Accord D, saisissez l'opportunité d'entamer une réflexion stratégique afin de mieux répondre aux besoins de vos clients et ainsi augmenter vos ventes et votre rentabilité.

Nous vous suggérons ici quelques trucs et astuces qui vous aideront à mieux exploiter les composantes du marketing mix.





## Questions pour alimenter votre réflexion



## Trucs et astuces

### Prix

Le financement Accord D est certes un facteur considéré dans l'élaboration de votre stratégie de prix actuelle.

- Comment fixez-vous vos prix de vente ?
- Comment vos prix sont-ils affichés en magasin et dans vos publicités ?
- Quelle est la tarification de vos concurrents ?
  - » Saviez-vous que plusieurs de vos concurrents ne détiennent pas de service de financement ? Ont-ils des prix similaires aux vôtres ?

- Prenez le temps de revoir votre position dans le marché par rapport aux prix de vos concurrents et assurez-vous de bien mettre en évidence vos avantages.
- Revoyez la façon dont vos prix sont présentés dans vos publicités et en magasin, notamment en mettant de l'avant vos prix les plus attractifs face à la concurrence.

### Promotion

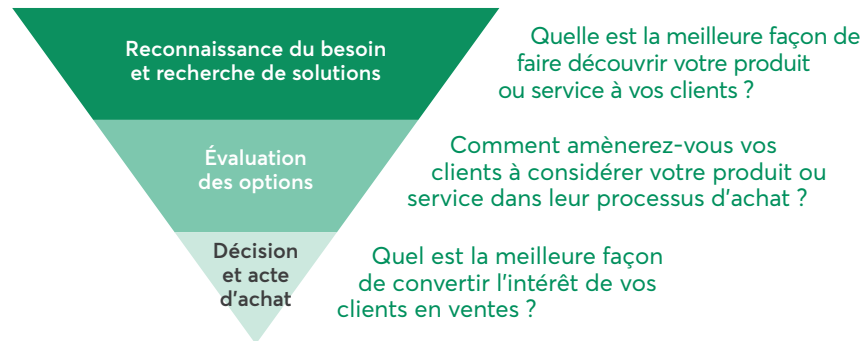
Vous utilisez peut-être le financement Accord D dans l'élaboration de vos offres promotionnelles, par exemple en mettant de l'avant un plan spécifique pendant certaines périodes clés. Nous vous suggérons de revoir autant vos mécanismes promotionnels que vos messages.

- Utilisez-vous l'offre de financement Accord D continuellement ou ponctuellement ?
- Quels sont les canaux que vous utilisez pour faire la promotion de vos produits ?
- Quels sont vos objectifs promotionnels ? (Ex : gestion de l'achalandage, croissance des ventes, etc.)
- Quel est le message véhiculé dans le cadre de ces promotions et quel est son impact sur vos clients ?

- Si vous utilisiez le financement Accord D continuellement, mettez de l'avant d'autres caractéristiques ou offres distinctives de vos produits et services, telles qu'une garantie ou une politique de retour avantageuse.
- Si vous utilisiez le financement Accord D ponctuellement, vous pouvez reprendre ce mécanisme en proposant un rabais sur le prix de vente pour une période donnée.
- Prenez le temps d'analyser le rendement de chacun de vos canaux et de vous questionner s'ils rejoignent vos clients au bon moment de leur processus d'achat.
- Adaptez le message véhiculé dans le cadre de vos promotions en fonction de vos nouvelles offres et assurez-vous qu'il contribue à l'atteinte de vos objectifs promotionnels.

### Vente de vos produits ou services

Le financement Accord D peut avoir un impact sur la décision d'achat, et ce, pour une portion de votre clientèle. Assurez-vous de bien cerner cet impact pour continuer à vous démarquer à chaque étape du processus d'achat de vos clients



- Quelle est la place du financement Accord D dans votre processus de vente actuel ? Est-il systématiquement offert pour tous vos produits et services ?
- Vos clients ont-ils un réel besoin de financer leur achat et si oui, ont-ils déjà à leur disposition d'autres alternatives de financement pour répondre à ce besoin ?

- Formulez vos argumentaires de vente en fonction du besoin que vous comblez ou de l'opportunité que vous amenez à vos clients par votre produit ou service.
- Mettez de l'avant la valeur ajoutée de vos produits ou services, par exemple un avantage concurrentiel ou une caractéristique unique ou innovante.
- Profitez de cette réflexion pour prendre conscience que certains de vos clients ont un réel besoin de financement alors que certains choisissent de s'en prémunir simplement parce que cette option leur est proposée.
- Pour vos clients qui ont un besoin de financement, vous pouvez suggérer les autres solutions de financement disponibles pour les membres Desjardins : financement Accord D Caisse ou Accord D Affaires, marge de crédit ou prêt personnel, pour n'en nommer que quelques-unes.

Ce document propose des pistes de réflexion visant à vous aider à cerner les besoins de vos clients ainsi qu'à y répondre. Il ne constitue pas une liste exhaustive des mesures à prendre ni un avis professionnel. Desjardins ne garantit pas le succès des mesures suggérées. Vous êtes seul responsable des mesures que vous prenez en matière de prix, promotion et vente.