

Communiqué de presse

Promocash s'engage dans une démarche éco-responsable en digitalisant ses catalogues sur WhatsApp

Le 23 juin 2022 – Pour répondre aux nouveaux usages numériques et simplifier le quotidien des restaurateurs tout en affirmant un engagement éco-responsable, Promocash propose aux clients qui le souhaitent de recevoir catalogues et prospectus par WhatsApp. Lancé début juin auprès de 10 magasins, dont celui de Nantes Carré Feydeau tout juste inauguré, ce nouveau service digital vise à être déployé dans tout le réseau Promocash d'ici fin 2023. L'enseigne a pour ambition de réduire sa consommation de papier de 83 tonnes par an à l'horizon 2024.

Un nouveau canal conversationnel avec les restaurateurs

Après avoir basculé avec succès la diffusion de certaines de ses offres du « Frais au Meilleur Cours » du papier vers le SMS pendant la pandémie, dans l'ensemble de son réseau, l'enseigne poursuit la digitalisation de ses outils relationnels en intégrant WhatsApp comme canal de diffusion additionnel pour recevoir les opportunités commerciales du moment.

Ces outils promotionnels représentent en effet un support indispensable pour les restaurateurs qui y trouvent, notamment, les offres qu'ils attendent pour concevoir leurs cartes et plats du jour. Pratique et facile d'utilisation, Promocash a donc choisi WhatsApp, application largement partagée pour ce lancement digital laissant la possibilité d'agréger un contenu augmenté et enrichi de conseils, vidéos, recettes, d'astuces ainsi que d'offres e-commerce.

« Certains de nos franchisés utilisent déjà WhatsApp et ont ainsi créé un échange one to one unique avec leurs clients. Cette solution permet de leur proposer des offres ciblées, de leur faire gagner du temps et nourrit la relation commerciale. La digitalisation que nous opérons s'inscrit naturellement dans cette logique de proximité et de réactivité. Elle va nous permettre d'adapter beaucoup plus rapidement nos propositions commerciales par l'analyse en temps réel des comportements de nos clients et donc de leurs attentes. », souligne Florence Batchourine, Directrice Exécutive de Promocash.

Un engagement fort dans une transition éco-responsable

Si cette initiative répond aux nouveaux usages numériques, et notamment à l'expansion de la consultation sur mobile, elle correspond également à la volonté de Promocash d'accélérer la transition vers une communication plus éco-responsable.

Actuellement 90 000 prospectus et catalogues sont imprimés et acheminés tous les 15 jours. L'enseigne propose désormais à ses clients de les recevoir via WhatsApp et d'adhérer à la démarche Zéro Papier. En renseignant leur code postal, ils reçoivent par la suite catalogues et offres du magasin correspondant à leur zone géographique.

Mise en place dans 10 magasins ce mois-ci, l'option digitale va être généralisée à l'ensemble du réseau et proposée à tous les clients d'ici la fin de l'année.

« Notre démarche repose sur un engagement partagé avec nos clients. Ils sont, comme nous, conscients des enjeux éco-responsables et nous sommes convaincus qu'ils vont accompagner cette transition. L'enjeu est important car la consultation via WhatsApp va nous permettre de repenser toute la production de nos catalogues avec l'ambition de la limiter considérablement. Nous visons une économie de 83 tonnes de papier par an d'ici à 2024. », conclut Florence Batchourine.

A propos de Promocash – Site : promocash.com

Depuis 55 ans, Promocash, enseigne du groupe Carrefour, accueille les professionnels de la restauration en mettant l'accent sur le service, le conseil et les prix. Afin de se rapprocher d'eux, Promocash a choisi d'installer son Réseau sur l'ensemble du territoire. Ses franchisés indépendants se distinguent par leur implication dans la vie locale, leur goût du partenariat et leur sens de l'adaptation. Avec 152 sites à taille humaine, ils proposent à plus de 250 000 clients (professionnels de la restauration collective et commerciale) plus de 16 000 références de produits de qualité au prix le plus juste. Souples et réactifs, ils mettent à leur disposition plusieurs possibilités de livraison et de commandes qui s'adaptent à leurs besoins « à la carte ». Avec un credo : continuer chaque jour, aux côtés de leurs clients partenaires, à les écouter, apprendre pour construire une relation durable et relever ensemble tous leurs défis.

Chiffres clés

- 146 magasins et 6 Drive
- Plus de 300 camions de livraison
- 1^{er} Réseau de France pour les pros de la restauration
- Il y a 55 ans Promocash initiait un nouveau concept : le libre-service de gros
- Jusqu'à 16 000 références
- Commande 24h/24 et 7j/7 sur le site e-commerce