

ENTHOUSIASME ET DYNAMISME

Nous voulons profiter de cette deuxième édition de MÉDIALETTER, pour saluer comme il convient le dynamisme, votre dynamisme.

Si **Médiaflyer** répond à des objectifs et des besoins commerciaux précis, c'est aussi une aventure humaine. Rien ne serait possible sans le soutien et l'accompagnement de toutes les composantes de notre domaine d'activité.

Les distributeurs **Devlyx** repartis sur le territoire hexagonal.

Dans ce numéro, vous pourrez découvrir le volontarisme, non pas d'un d'entre eux, mais de deux commerciales, Christelle Llorens et Daisy Fulcrand qui chaque mois participent à la progression de la courbe de l'installation des écrans. Elles sont, à ce jour, les commerciales ayant installés le plus d'écran.

Depuis la création de **Médiaflyer**, les chiffres réalisés sont gages de promesses. Cette évolution nous la devons d'abord à l'accueil réservé par la profession des diffuseurs qui acceptent de faire le pari sur l'avenir et la modernité. Monsieur Patrick Cornu d'Épinal est de ceux-là, il vous livrera sa vision personnelle de notre outil.

Les trimestres qui viennent de s'écouler nous confortent, avec notre partenaire **Devlyx**, dans nos choix et nos options. Parce que ces premiers résultats nous insufflent espoir et envie, la route ne sera plus très longue pour constituer le parc que nous pensons suffisant.

Nous comptons toujours sur votre concours et nous vous laissons à votre lecture. Et vous proposons de nous retrouver pour le prochain numéro, dans un mois.

Bonne lecture animée !

Philippe Ashford

DISTRIBRIENCONTRE

L'ENTHOUSIASME DE DEUX COMMERCIALES

Daisy Fulcrand et **Christelle Llorens** évoluent toutes les deux comme commerciales au sein de **JDC Languedoc**. Commerciales de formation, elles ont la voix qui chante de la région où elles travaillent et le dynamisme qu'impose leur métier.

Si Daisy intervient sur les secteurs de l'Hérault (hors Montpellier) et la Lozère ; Christelle sillonne le Gard et le sud de l'Ardèche.

Depuis la création de la marque Médiaflyer elles ont, avec enthousiasme, adopté le projet et font feu de tout bois.

Pour ces jeunes femmes, la caisse supplémentaire agréementée « d'animations » – et elles insistent toutes les deux sur le terme – est la réponse commerciale à la concurrence d'une part et aux besoins de la clientèle d'autre part.

Elles estiment que le concept de spots dynamiques développés par Médiaflyer répond parfaitement à la nécessité de « déclencher l'achat » chez le consommateur. Cette caisse permet aussi d'offrir aux diffuseurs 2 espaces dédiés qu'ils orienteront, à leur sens, plus vers des commerces de proximité que sur des petites annonces de particuliers.

Le futur, elles le voient tourné vers la Presse Quotidienne Régionale, friand de ce genre de produit qui permet d'annoncer telle ou telle manifestation en temps réel. Une aubaine qu'elles comptent bien ne pas laisser passer.



Melle Chrystelle LLORENS (à gauche),
et Melle Daisy FULCRAND (à droite).

L'animation du mois

Une animation que nous qualifierions de saison ! Tous à vos agendas...

Trucs...

Pourquoi 8 secondes ?

Le temps imparti pour la diffusion d'une animation a été déterminé après une analyse précise du passage en caisse. Certains d'entre vous estiment que 8 secondes « C'est trop court ».

Mais il faut intégrer que le délai d'attente en caisse est en moyenne de 30 secondes et que le cerveau ne peut enregistrer plus de 5 messages à la suite.

Trop de couleurs tue la couleur

Dans votre espace réservé, vous avez la possibilité de constituer vous-même vos animations. Certains s'y sont déjà essayés avec grand succès. Vous pouvez donc vous lancer dans la constitution de spot, mais attention de ne pas ajouter trop de couleurs, certaines ne s'harmonisent pas et trop de couleursature l'essentiel ; à savoir votre message.

À suivre ...

MÉDIAFLYER : UNE IMAGE À ÉPINAL



Si vous parlez de MÉDIAFLYER avec Patrick Cornu, il pourrait se révéler le plus avisé. Car cet exploitant d'un magasin Presse-Tabac à Épinal possède 6 sites Internet (!) et disposera, à Noël dans sa vitrine, un écran plat avec ses propres animations.

Savoir si Monsieur Cornu est un adepte de MÉDIAFLYER est presque un lieu commun.

Il croit au produit et son développement. Situé dans un quartier administratif de la ville des images, il reçoit environ 300 visites par jour et fut un des tout premiers acquéreurs de la caisse orientée vers les clients.

« **C'est un atout de vente indéniable. J'ai observé des clients sortir de la file d'attente pour aller chercher un magazine dont ils avaient vu l'animation défilé** ». Mais de souligner que cette impulsion d'achat doit, impérativement être accompagnée par les éditeurs dans leur réactivité à fournir le titre sur lequel ils communiquent.

Il apprécie tout autant les deux espaces réservés « *c'est pour moi la possibilité de prospecter des commerçants voisins, même s'il faut trouver le bon tarif* ». Ainsi il souhaiterait pouvoir fabriquer des animations comme celles fournies pour le catalogue ou par les annonceurs. « *L'application est un peu contraignante dans la possibilité de conception. Je voudrais pouvoir faire des effets particuliers et disposer de Pps plutôt que de Jpeg* ».

On vous l'avait bien dit, pour Patrick Cornu, MÉDIAFLYER et les animations dynamiques n'ont plus de secret.



AN Ils aiment...

LE TOP DU TOP

Pour le numéro 2 de MÉDIALETTER, voici les 4 animations qui emportent tous vos suffrages.

En ce mois de novembre, on enregistre l'arrivée en force des communications liées aux services annexe à la presse. Jeux et développement photos sont à l'honneur. Toutefois la palme revient à une animation concernant une auto promotion. Un message incitatif à se servir de cet écran pour ce qu'il est : la meilleure façon de se faire connaître.

Alors pour la deuxième édition, l'une des animations figurent-elles dans votre choix ?

N°1 Autopromo : Réalisée par la société Médiaflyer, cette animation « clef en main » permet d'attirer l'attention sur cet écran supplémentaire afin de l'utiliser à des fins commerciales. Une annonce de proximité. ■

N°2 : Développement Photo : Encore un pur produit Médiaflyer qui met en avant votre service développement photo. Une façon rapide d'informer votre clientèle qui n'est pas forcément au courant de vos activités. Pensez à communiquer sur vos services ! ■

N°3 : Pour gagner... : Et toujours une création Médiaflyer sur les marches du podium. Ici ce sont les jeux qui sont à l'honneur. Une petite piqure de rappel que certains d'entre vous ont utilisée avant la clôture de l'enregistrement des paris. ■

N°4 : BicPhone : la société du stylo et rasoir jetable se lance sur le marché du mobile peu onéreux. La société a tout de suite vu l'intérêt d'un tel support pour accompagner son lancement. Performant. ■