

Communiqué de Presse
26 mai 2014

Brother adopte une approche innovante dans les linéaires à travers un dispositif original dédié à ses solutions d'étiquetage

Brother, spécialiste de la gestion et du partage de l'information et du document, poursuit sa volonté de s'imposer comme le leader dans le secteur des solutions d'étiquetage. Afin de renforcer sa présence et d'optimiser davantage sa relation de confiance avec ses revendeurs, Brother dévoile l'implémentation de plus de 100 bornes de démonstration d'étiqueteuses dans de nombreux magasins à travers toute la France. Cette opération inédite s'inscrit dans une stratégie globale menée par le Groupe autour des solutions d'étiquetage.

Peu visibles dans les rayons, les étiqueteuses sont le plus souvent confondues avec les calculatrices et noyées parmi les fournitures achetées occasionnellement par les consommateurs. En tant qu'acteur majeur sur le marché, Brother a entamé depuis janvier 2013 une vaste opération pour améliorer la visibilité de ses gammes d'étiqueteuses dans les rayons des revendeurs et ainsi provoquer l'acte d'achat.

Brother s'est alors attaché à mettre en place plus de 300 plans d'implantation pour structurer et clarifier le linéaire de ses partenaires. De plus, le dispositif permet d'informer en un clin d'œil le consommateur sur l'usage et les bénéfices des rubans grâce à des étiquettes intégrées au dessus du prix des produits. Brother a également déployé 200 cross-selling sous forme de présentoirs attractifs qui se positionnent dans les rayons à forts trafics pour capter les achats spontanés et augmenter le panier moyen de ses partenaires.

Aujourd'hui, la dernière phase de cette opération unique menée par Brother vient de démarrer avec l'intégration de bornes de démonstration, dotées de l'étiqueteuse PT-2030 et de surfaces test. Cet espace de communication amovible permet aux consommateurs de découvrir la performance des étiqueteuses et l'efficacité des rubans de façon ludique et originale. Ils pourront ainsi coller les étiquettes sur six matières et découvrir par eux-mêmes la résistance des rubans Brother.

Du 23 juin au 04 juillet prochain, les spécialistes Brother de l'étiquetage feront la tournée des magasins pour implémenter cette borne innovante qui aura pour but d'augmenter le trafic en magasin et de recruter des clients finaux sur cette catégorie de produit.



A propos de Brother

Créée au Japon en 1908 et aujourd'hui mondialement reconnue, la marque Brother est implantée dans 44 pays. Ses solutions sont vendues dans plus de 100 pays à travers le monde.

D'abord spécialiste des machines à coudre industrielles, fort d'un savoir-faire dans les systèmes de karaoké en ligne et dans le partage de données et acteur majeur sur le marché de l'impression et de l'étiquetage, Brother centre son expertise sur le partage et la gestion de l'information et du document. Parce qu'accompagner ses clients au quotidien est une priorité pour le Groupe, sa volonté principale est de rendre les technologies accessibles au plus grand nombre. Brother développe toute une gamme de solutions permettant à chacun de maîtriser l'information qu'elle soit transmise sur un document ou partagée de manière instantanée et d'en tirer tous les avantages pour son entreprise... et pour soi-même..



Brother France est réélu Service Client de l'Année pour la deuxième année consécutive. Cette récompense conforte le groupe japonais dans sa philosophie « At your side. ». Par ailleurs, Brother tient compte de l'impact environnemental de ses solutions auprès de ses partenaires à travers sa politique de développement durable, baptisée « Brother Earth ». Brother France soutient quatre associations s'investissant dans la lutte contre les inégalités et l'aide à l'enfance : « A chacun son Everest », « Caméléon », « les Enfants de l'Ovale », « Parrain par 1000 ».

Plus d'informations sur www.brother.fr.

*Étude Inference Operations - Viséo Conseil réalisée de mai à juillet 2013 sur le principe du client mystère au moyen de 210 contacts répartis entre appels téléphoniques, e-mails et navigations Internet.

Contacts presse :

OXYGEN pour Brother

Carole Da Silva : 01 41 11 35 45 / cdasilva@oxygen-rp.com
Monique Kindrebeogo: 01 41 11 23 99 / monique@oxygen-rp.com
Adeline Babel: 01 41 11 37 82 / adeline@oxygen-rp.com

Brother

Elodie Seng – Responsable comm. transversale : eseng@brother.fr
Amy Charbonnier – Chargée de comm. transversale :
acharbonnier@brother.fr