

UNE EXPÉRIENCE ÉPATANTE

Avec son nouveau catalogue, ce géant du détail offre une expérience d'achat épataante et augmente ses ventes.

En 2016, après une pause de 9 ans, Canadian Tire envoie 12 millions de catalogues de 200 pages présentant 1 000 produits. Aussi annoncé à la télévision, le *Guide épataant*, un catalogue nouveau genre qui associe réalité augmentée et imprimé, se veut un investissement pour son pendant numérique. Par cette initiative audacieuse, l'icône marque canadienne veut rehausser l'expérience de ses clients et leur offrir un parcours d'achat des plus fluides.

En utilisant l'application mobile de Canadian Tire, les lecteurs peuvent balayer, avec un téléphone intelligent ou une tablette, les articles et voir des vidéos, des évaluations de produits, des renseignements sur les prix et les quantités en stock dans les magasins, par exemple. Ils peuvent même faire des achats en glissant simplement un doigt sur l'écran de leur appareil. Dès le lancement du catalogue, les ventes hebdomadaires doublent sur le site du détaillant.

Encore aujourd'hui, le catalogue épate les Canadiens. Publié deux fois par année, il associe des mots-clés à chaque page, ce qui facilite la recherche sur le site. Les lecteurs peuvent par exemple apprendre comment choisir un fumoir, trouver des idées de décoration pour le jardin en s'inspirant de la collection CANVAS et découvrir comment choisir le vélo hybride parfait. Le guide est rempli d'images montrant des styles de vie qui font rêver, que reflète l'expérience en ligne et en magasin. Le pouvoir du marketing mix moderne, Canadian Tire l'a bien compris.



CLIENT Canadian Tire | **PRODUIT** Guide épataant | **PAYS** Canada | **AGENCE** Rogers Media | **ÉQUIPE DE L'AGENCE** Directrice principale, Solutions de contenu Clodagh Wilson | Directeur de la création Noam Lamdan | Directeur de contenu Christopher Loudon | Gestionnaire de contenu Mike Cortiula | Gestionnaire de compte Beth Fraser | **ÉQUIPE DU CLIENT** Premier vice-président du marketing T.J. Flood | Vice-président du marketing Jason Blanchette | Vice-président adjoint du marketing Bobby Singh-Randhawa

