

Black Friday

Opportunités Commerciales et Responsabilités RSE

Stratégies de Communication des Marques



Le Black Friday: Un Événement Incontournable

Origine: Né aux États-Unis dans les années 1950, le lendemain de Thanksgiving, marquant le début des achats de Noël.

Expansion mondiale: Devenu un phénomène international, particulièrement depuis 2010 en Europe.

Impact économique: Représente une part importante du chiffre d'affaires annuel des commerçants.

Évolution: D'un événement d'une journée à une période promotionnelle étendue (Black Week, Cyber Monday).

Enjeu: Opportunité commerciale majeure mais aussi questionnement sur les pratiques de consommation.



Opportunités Commerciales: Stratégies pour Maximiser l'Impact

⚡ **Créer un sentiment d'urgence:** Offres limitées dans le temps, remises attractives et stocks restreints pour déclencher l'achat impulsif.

✂️ **Promotions attractives:** Remises directes, pourcentages sur le panier, offres du type "achetez-en deux, le troisième est offert".

★ **Exclusivités produits:** Lancement de produits exclusifs ou disponibles uniquement pendant cette période pour renforcer le caractère unique de l'événement.

🌐 **Black Friday en ligne:** Renforcement de la présence numérique, offres exclusives en ligne et sites optimisés pour le mobile.

📅 **Extension de la période:** Transformation d'un événement d'un jour à une opportunité prolongée (Black Week, Cyber Monday).



Communication Ciblée et Engagement Client

- ✉ **E-mailing et SMS:** Communication personnalisée 30 jours avant et le jour J. Segmentation des envois selon l'historique d'achat.
- 🕒 **Compteurs à rebours:** Création d'un sentiment d'urgence (FOMO) pour augmenter la conversion.
- 🔊 **Teasers:** Annonces des promotions à venir sans tout dévoiler pour susciter l'intérêt.
- 🎮 **Jeux concours:** Dynamisation de la campagne et augmentation de la visibilité de la marque.
- 💳 **Paiement fractionné:** Mise en avant des facilités de paiement pour augmenter le panier moyen.
- # **Marketing d'influence:** Collaboration avec des influenceurs pour gagner en crédibilité et toucher un large public.



Responsabilités RSE: Gérer l'Impact Négatif

-  **Surconsommation:** 80% des articles achetés pendant le Black Friday sont jetés après quelques utilisations.
-  **Emballages excessifs:** Augmentation significative des déchets plastiques à usage unique.
-  **Émissions de carbone:** Les livraisons du Black Friday génèrent environ 429 000 tonnes de gaz à effet de serre.
-  **Retours massifs:** Augmentation de 143% des retours après le Black Friday, avec un coût environnemental 30% plus élevé que la livraison initiale.
-  **Déchets électroniques:** Remplacement prématuré de produits encore fonctionnels, contribuant à l'augmentation des déchets.



L'Éco-responsabilité au Cœur de la Stratégie

🌱 **Green Friday:** Alternative éthique proposant des actions positives plutôt que des promotions (ex: CAMIF fermant son site pendant le Black Friday).

♻️ **Économie circulaire:** Promotion de produits reconditionnés ou d'occasion (ex: Back Market avec "Black Friday toute l'année").

🕒 **Durabilité:** Mise en avant de produits de qualité avec une longue durée de vie plutôt que des articles jetables.

📍 **Consommation locale:** Valorisation des produits locaux pour réduire l'empreinte carbone liée au transport.

🗣️ **Communication transparente:** Informations claires sur l'origine des produits et leur impact environnemental.

💰 **Dons et solidarité:** Reversement d'une partie des bénéfices à des associations environnementales.



Études de Cas: Marques Qui Réussissent

Back Market

Positionne le Black Friday comme "juste un vendredi" car les prix sont déjà bas toute l'année. Utilise une communication décalée pour mettre en avant les produits reconditionnés comme alternative durable.

CAMIF

Ferme son site pendant le Black Friday et propose un "Green Friday" avec des actions de sensibilisation à la consommation responsable. Utilise le hashtag #SitInPourLaPlanete pour engager sa communauté.

Patagonia

Reverse 100% des bénéfices du Black Friday à des associations environnementales. Communique sur la durabilité de ses produits plutôt que sur les prix.



Trouver l'Équilibre: Profit et Responsabilité

 **Transparence:** Communiquer honnêtement sur l'origine des produits et les pratiques de l'entreprise.

 **Valeur ajoutée écologique:** Proposer des produits durables qui justifient leur prix par leur qualité et leur impact réduit.

 **Économie circulaire:** Intégrer des pratiques de recyclage, reconditionnement et réutilisation dans le modèle d'affaires.

 **Engagement communautaire:** Reverser une partie des bénéfices à des causes environnementales ou sociales.

 **Vision à long terme:** Privilégier la fidélisation client et la réputation de marque plutôt que les profits immédiats.



Corporate Social Responsibility (CSR)

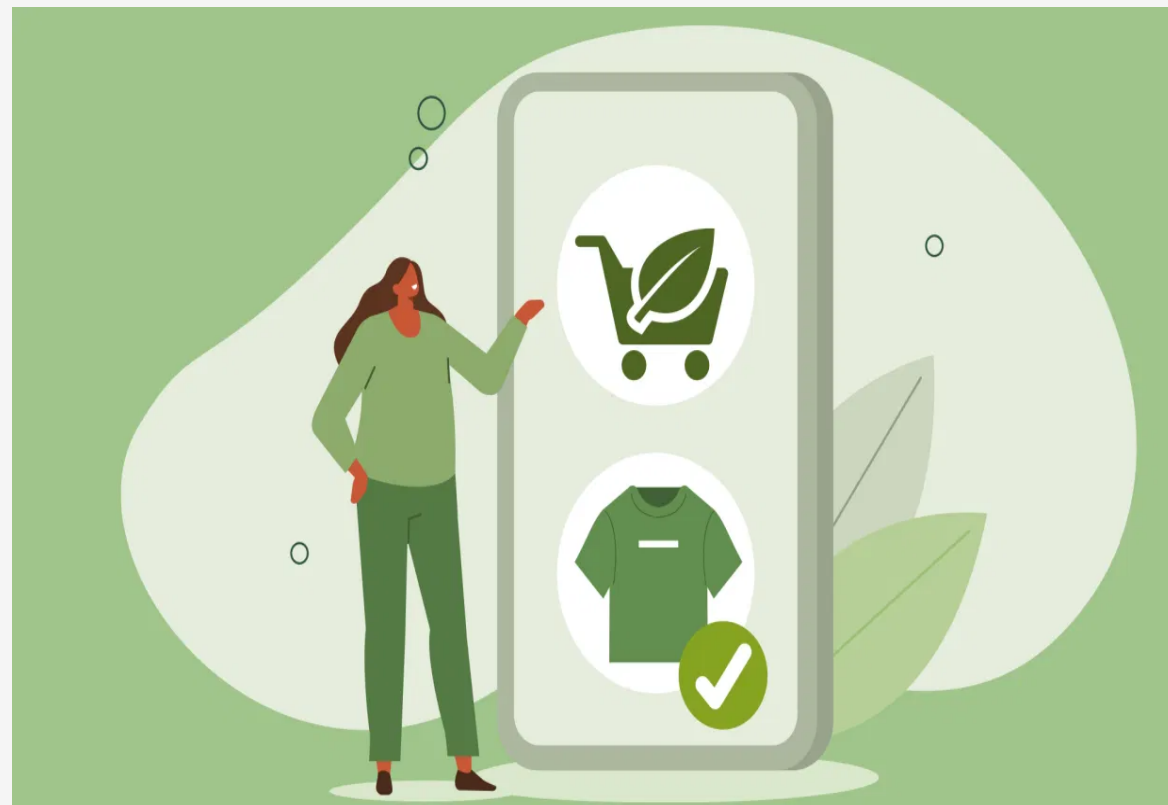
*['kɔr-p(ə)rət 'sɔ-shəl
ri-spän(t)-sə-'bi-lə-tē]*

A self-regulating business model that helps a company be socially accountable to itself, its stakeholders, and the public.

Vers un Black Friday Durable

Pour une communication efficace et responsable pendant le Black Friday :

- ✓ Anticiper la communication **30 jours avant** l'événement
- ✓ Mettre en avant la **valeur réelle** des produits au-delà du prix
- ✓ Proposer des **alternatives durables** aux promotions classiques
- ✓ Communiquer de façon **transparente** sur l'impact environnemental
- ✓ Intégrer des **engagements RSE** concrets dans la stratégie marketing
- ✓ Éduquer les consommateurs sur la **consommation responsable**



Questions et Discussion

Pour approfondir la réflexion :

Comment votre marque peut-elle concilier objectifs commerciaux et engagement RSE pendant le Black Friday ?

Quelles alternatives au Black Friday traditionnel pourraient correspondre à votre positionnement ?

Comment mesurer l'impact environnemental de vos campagnes Black Friday ?

Quelles actions concrètes pourriez-vous mettre en place dès cette année ?

Merci de votre attention !

Contact : contact@example.com

