



Edito

1, 2, 3... Barter ! Le trio gagnant indispensable à la nouvelle économie.

Le barter s'articule autour de 3 éléments fondamentaux : une création de valeur financière, un re-marketing et une fourniture de prestations.
 Dans cette news, nous détaillerons ces trois éléments.
1. Vous trouverez un exemple chiffré qui explique comment le barter, d'une façon simple, crée de la valeur financière.
2. Vous verrez comment un acteur majeur du e-commerce, Patrick Robin, PDG du site 24 Heures, comprend ces notions et les applique à lui même en faisant découvrir à ses clients les vertus du re-marketing.
3. Vous comprendrez également comment le voyage est un élément très important, et que les entreprises de ce secteur ont tout intérêt à utiliser notre modèle.

Bonne nouvelle pour MBB et pour tous ceux qui travaillent avec nous : Sony France vient de rejoindre le club des annonceurs clients de MBB. Après une excellente année 2006 avec le gain de 22 nouveaux annonceurs, 2007 s'annonce également pleine de succès avec l'arrivée de nouveaux clients.

Bon re-marketing, prestations de qualité obtenues, vrai plus financier : la nouvelle économie ne passera pas à côté du barter.

Comme 70% des entreprises américaines cotées en bourse, demandez un diagnostic gratuit et rejoignez les entreprises qui gagnent avec le barter.

Pour en savoir plus, toute l'équipe MBB et moi même vous donnons rendez-vous sur <http://www.mbsa.com>

Jean -Luc Viaud

24 heures ou comment repenser totalement la notion de redistribution.



Patrick Robin, comment expliquez-vous le succès de 24h00.fr ?

Par un tout nouveau discours : Ne plus considérer les excédents de marchandise comme un caillou dans la chaussure, bien au contraire, les considérer comme un véritable outil de conquête. Les marques viennent chez 24h00.fr justement parce que 24h00.fr n'est pas un simple canal de distribution complémentaire. C'est un canal de distribution à part entière et un formidable outil de communication et de marketing.

Outil de communication

Une base de données complète . Près de deux millions de membres ultra - qualifiés qui constituent une véritable audience. 24h00.fr devient donc un vrai média. La cible très convoitée de jeunes femmes 18-36 ans urbaines et hyper -consommatrices est une population très éclatée quand on passe par un support média traditionnel.

Outil de marketing

Le but d'un site comme 24h00.fr est de générer un maximum de trafic, ce qui intéresse les marques à plus d'un titre. Nous sommes à la fois catalogue et revue de presse pour les marques, et nous dirigeons les visiteurs vers leurs marques préférées grâce aux liens. Tout est ainsi mis en œuvre pour générer du trafic en magasin. 24h00.fr devient un outil de conquête et de renouvellement de la marque. Le premier changement constaté par les marques est le rajeunissement de la cible.

En conclusion, lorsque MBB utilise 24h00.fr comme canal de redistribution, elle assure ainsi un remarketing de qualité pour ses clients qui n'entrave pas leur politique commerciale.

Patrick Robin, PDG de 24h00.fr

Comment comprendre l'industrie barter du voyage ?



Car il s'agit vraiment d'une industrie.

Problème posé. Une entreprise dans le secteur du voyage a une capacité inventoriée non utilisée en places d'avions, chambres d'hôtels, cabines, et location de voitures d'une valeur de 200 K€. Cette entreprise a prévu de faire une campagne média pour un montant d'1 million d'euros.

Solution MBB. De la même manière qu'elle rachète des stocks, MBB va racheter les prestations voyages et services et les proposer aux entreprises ou partenaires médias, soit pour des voyages incentive, clients ou en tant que cadeaux à gagner pour les supports. Marchandise très prisée par tous les partenaires du barter, l'entreprise dans le secteur du voyage pourra ainsi disposer d'un million de crédit à valoir sur ses campagnes publicitaires.

Bénéficiaires : L'entreprise de voyage qui financera plus facilement sa campagne média, les partenaires médias et les annonceurs qui pourront obtenir à moindre coût ou en barter des prestations de qualité qu'ils n'auraient sans doute pas pu s'offrir via le circuit traditionnel.

Levier financier : l'impact du barter



Véritable moteur du succès de notre profession : L'impact financier du barter.

Le barter est au carrefour de plusieurs métiers (analyse financière, communication, gestion de stock, gestion de trésorerie, relations publiques, gestion de jeux concours...). Et c'est ce qui rend notre activité passionnante.

L'aspect financier est certainement le critère le plus important dans la réflexion qui amène un prospect de notre agence à devenir client. L'impact financier est en effet immédiat.

Exemple chiffré :

Une entreprise A a un excédent de marchandise qu'elle revend à son circuit de redistribution habituel pour une valeur de 100 K€. Parallèlement, cette entreprise investit 1 000 K€ en dépenses publicitaires par an.

1er cas : L'entreprise n'utilise pas les services de MBB

l'entreprise connaît les flux suivant :

- CA revente de ses produits : + 100 K€
- Dépenses publicitaires : - 1 000 K€
- Solde : - 900 K€

2ème cas : L'entreprise utilise les services de MBB

MBB intervient dans le processus de redistribution et revalorise ces produits 200 K€. Ces 200 K€ permettront de financer une partie des dépenses publicitaires prévues et budgétées à 1 000 K€

Au final, l'entreprise connaît les flux suivants :

- CA revente produits : + 200 K€
- Dépenses publicitaires : - 1 000 K€
- Solde : - 800 K€

Pour une même dépense de service, l'entreprise a gagné dans cet exemple 100 K€, soit 10% de la valeur de son investissement. Par ailleurs, le plan média construit et acheté par l'agence média est en tout point identique à ce qui était prévu.