

Coup d'Éclat aux Mégalithes

Avec le retour du soleil, l'enseigne des Mégalithes fête brillamment les mille feux du Diamant. Son Opération Coup d'Éclat est toute entière dédiée à cette pierre de rêve.

Coup d'Éclat, c'est d'abord la volonté des Mégalithes de mettre en avant le diamant dont la pureté, la beauté et la noblesse n'ont pas d'égales. Les Mégalithes croient également au développement de ce marché en France : les Françaises sont parmi les femmes occidentales qui possèdent le moins de diamants. Parallèlement, le succès des bijoux Trilogy chez les détaillants et la grande distribution – les ventes ont doublé en valeur en 2003 par rapport à 2002 – atteste d'un engouement certain pour cette pierre synonyme aujourd'hui de sensualité et de modernité.

Coup de projecteur sur un Festival de diamants, pour lequel François Goupil, PDG d'Althair-Mégalithes, mobilise son réseau avec toujours beaucoup de dynamisme.

• En avant-première

Le 25 avril 2004, une journée de formation et de réflexion a été organisée avec les différentes équipes de vente des bijoutiers Mégalithes. Un moyen de découvrir l'ensemble du dispositif commercial et de communication mis en place avec l'opération Coup d'Éclat.

Plus de 110 collaborateurs et collaboratrices ont pu suivre des ateliers sur la Formation à la vente du Diamant et sur le Financement d'une vente. Animés par Nicolas Preaux et Barbara Czml de la DTC et par Yannick Peyraud, Régis D'Avezac et Chantal Gautron du Crédit Coopératif, ces ateliers ont remporté un vif succès auprès des équipes de vente. Le Crédit Coopératif et la DTC ont démontré leur volonté de promouvoir et de soutenir toutes les initiatives concernant la vente du diamant dont le marché reste prometteur.

Le film en vedette

Entre deux ateliers, les participants ont assisté à la projection du film de Reynold Ismard *Stars et joyaux*. Commenté par son réalisateur, le film a permis à chacun de glaner des histoires et des anecdotes sur le diamant. Une mine d'or pour faire rêver les clientes !

Lors de cette journée, un challenge national de vente de diamants a été lancé.

En guise de Palme d'Or, la première équipe de vente verra chacun de ses membres récompensé d'un Diamant 30 centièmes ! Et comme il n'y a jamais qu'un Prix, les deuxième et troisième équipe auront aussi droit à des Diamants sur papier en reconnaissance de leur talent.

- Après cette journée thématique, **lever de rideau sur le scénario** mis en place pour l'Opération Coup d'Éclat sur les lieux de vente à partir du 5 mai 2004.

Silence ! On tourne :

Plan moyen : une campagne d'affichage Abribus
Une femme qui s'affirme Diamant au doigt. "Coup d'Éclat !".

Plan américain : une exposition photos
En vitrine, dans les bijouteries Mégalithes : une exposition photo très sensuelle, dont la vedette, le diamant, s'affiche à fleur de peau... Plus qu'une invitation, une véritable tentation !

Plan rapproché : un magazine Hors-Série Diamants
36 pages superbement illustrées, proposant une sélection de bijoux diamants (dont les prix varient de 200 à 4000 €). On y retrouve des lignes de bijoux qui sont déjà des succès : Trilogy, les collections de Jean-Marc Garel et celles de Guy Laroche, ainsi que des exclusivités Mégalithes.

Gros plan : le Plan Carat
Les Mégalithes mettent en place un dispositif de facilités de paiement pour leurs clients. Pour que le rêve devienne réalité...

Travelling : le site Internet www.megalithes.com
Les clientes Mégalithes et tous les curieux du web pourront désormais découvrir l'univers Mégalithes : les sélections de bijoux, les coups de cœur, les magazines Or et Diamants, les adresses des boutiques.
Et pour les professionnels des infos sur le groupement, comment rejoindre les Mégalithes... et un espace presse présentant les campagnes de communication de l'Enseigne.

**Baisser de rideau, applaudissements.
On espère un grand nombre d'entrées... dans les boutiques.**